

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2001-167183

(43)Date of publication of application : 22.06.2001

(51)Int.Cl.

G06F 17/60
G06F 19/00

(21)Application number : 11-351006

(71)Applicant : ACTION CLICK CO LTD

(22)Date of filing : 10.12.1999

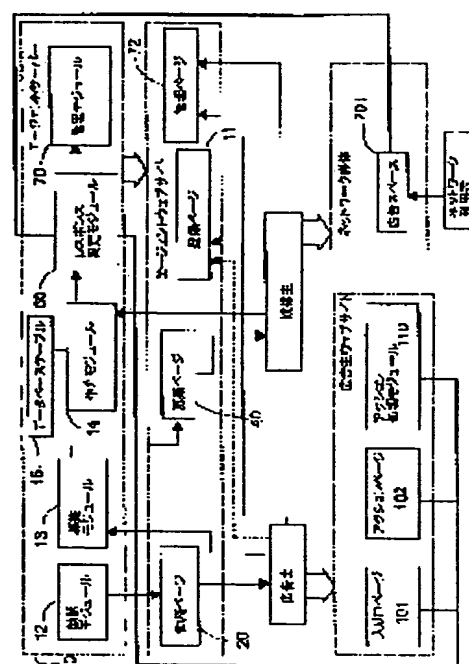
(72)Inventor : MATSUMOTO TAKUYA
KIDERA SHIRO
ISHII RYUICHI

(54) SYSTEM AND METHOD FOR ARRANGING PRESENTATION OF ADVERTISEMENT ON NETWORK SUCH AS INTERNET

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To make an advertisement publisher sale an advertisement space to an advertiser on a network medium by only deciding to accept the conditions which are presented by the advertiser or not.

SOLUTION: The conditions of an advertiser are presented and a medium owner agrees with the presented conditions on a network via an agent server, and an invitation page is prepared for the server to make an advertiser input his conditions. The invitation page includes a selection box where the definitions of responses expected by users are listed and also an entry where the advertiser inputs the charge for each of his selected responses. When the medium owner agrees with the conditions of the advertiser, the agent server concludes a contact of advertisement and allocates the Web site of the advertiser to an advertisement space of a network medium. The statistic data on the total number of responses are presented on the network by the agent server, so that the decision of the amount claimed and the effectiveness of advertisement can be evaluated.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination] 10.12.1999

[Date of sending the examiner's decision of rejection] 11.03.2003

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

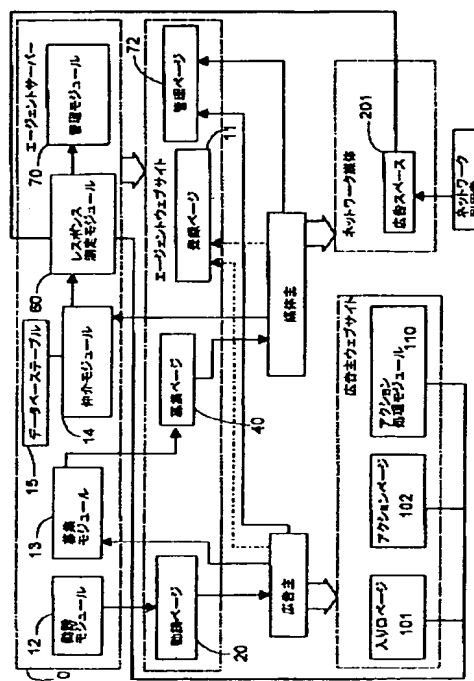
[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of rejection] 2003-05997

[Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection] 10.04.2003

[Date of extinction of right]

(11)特許出願公開番号
特開2001-167183
(P2001-167183A)



【特許請求の範囲】

【請求項1】 インターネットなどのネットワーク上において広告出稿を手配するシステムであって、以下の構成を備えたエージェント・サーバーを有する：勧誘モジュール、この勧誘モジュールはネットワーク上に勧誘ページを設け、独自のウェブサイトを持つ潜在的広告主に対してネットワーク上での広告出稿をもちかけ、上記勧誘ページには、出稿予定の広告についての諸条件を提示するために潜在的広告主が記入する条件フォームを含み、条件フォームには広告に対して顧客が起こすべきレスポンスの選択ボックス24が含まれており、広告主は選択ボックスにおいて少なくとも一つのレスポンスを選択して諸条件に含めることができ、条件フォームには広告主が選択したレスポンスあたりの希望費用を入力するエントリーを含む；募集モジュール、この募集モジュールは、広告主から上記勧誘ページへの回答に基づいて上記の出稿予定広告と広告条件を掲載した広告一覧を作成する、この募集モジュールは募集ページを作成してネットワーク媒体を所有する潜在的広告媒体主に対して上記の広告一覧をネットワーク上で公開し、媒体主は媒体の広告スペースに広告を出稿することを、上記広告一覧上に記載の条件に合意して決定でき、この募集ページには広告媒体主に広告スペースへの販売合意を入力させる合意エントリーを備える；仲介モジュール、この仲介モジュールは、媒体主からの合意を受けて広告主と媒体主との広告契約を確立し、広告主のウェブサイトを上記広告を出稿するのに割り当てられた広告スペースに割り当てる；レスポンス測定モジュール、このレスポンス測定モジュールは、広告スペースを経由して、広告主のウェブサイトでなされた所与のレスポンス数をカウントする；管理モジュール、レスポンスのカウント数に関する統計データを作成し、広告主が広告の有効性を判断できるように、エージェントのサーバーを介して広告主に対してこの統計データを配信する。

【請求項2】 ユーザーが起こすべきレスポンスとは以下のものを指す：広告主のウェブサイトの訪問；広告主のウェブサイトからのファイルやソフトウェアのダウンロード；広告主のウェブサイトで広告主が提供する懸賞への応募；広告主のウェブサイトで広告主からのアンケートへの回答；広告主のウェブサイトを通してのカタログの申込み；広告主のウェブサイトのニュースレターの購読申し込み；広告主のウェブサイトでの広告主が運営する会員組織への登録申込み；及び広告主のウェブサイトでの商品やサービスの注文であることを特徴とする請求項1に記載のシステム。

【請求項3】 ユーザーが起こすべきレスポンスには、広告主のウェブサイトを訪問するだけのクリックは含まれず、支払い対象のレスポンスにはならないことを特徴とする請求項1に記載のシステム。

【請求項4】 1レスポンスあたりの希望費用を入力す

るエントリーは、選択されたそれぞれのレスポンスについて異なる料金を受け付けるようプログラムされていることを特徴とする請求項1に記載のシステム。

【請求項5】 上記統計リポートには、広告主のウェブサイトの訪問数に対する所定レスポンス数の割合を示すテーブルを含むことを特徴とする請求項1に記載のシステム。

【請求項6】 上記条件フォームには、レスポンスの選択ボックス及びレスポンスあたりの希望費用エントリーの他に、広告主が入力する以下の項目の情報エントリーを含む：広告キャンペーンの目標；所定期間中のレスポンス数の上限；ターゲット層；出稿希望媒体；出稿希望時期；出稿内容；広告主のウェブサイトのURLことを特徴とする請求項1に記載のシステム。

【請求項7】 広告主のウェブサイトは、上記広告スペースにリンクしている入り口ページ、入り口ページにリンクしてユーザーが上記の所定のレスポンスから少なくとも一つの特定のアクションを行うアクションページ、及び特定のアクションにตอบสนองしてこれを処理するアクション処理モジュールを有し；上記のエージェントサーバー内のレスポンス測定モジュールは、インデックスCGI、アクションCGI、及びリザルトCGIを備える；上記仲介モジュールは、上記広告契約の成立により、インデックスURL、アクションURL、及びリザルトURLを作成する；上記のインデックスURLは、インデックスCGIのURLを識別し、広告に割り当てられる広告コードを含み、広告スペース内に埋め込まれる；上記のアクションURLは、アクションCGIのURLを識別し、上記の入り口ページに埋め込まれる；上記のリザルトURLは、リザルトCGIのURLを識別し、上記のアクションページに埋め込まれる；上記のインデックスCGIは上記インデックスURLを介して上記の広告スペースへリンクされると共にインデックスログファイルにリンクされて、上記入り口ページへのアクセス要求を行うユーザーに関するインデックスデータをインデックスログファイルに保存するもので、このインデックスデータには、以下のものが含まれる：

- 1) 入り口ページへのアクセス要求の日時；
- 2) 広告主のウェブサイトの入り口ページへのアクセスの出発点である広告スペースのデータを少なくとも示す参照ログ；
- 3) 広告コード（APID）；上記の仲介モジュールは、インデックスCGIで受け取った広告コード（APID）に基づき、入り口ページのURLに関連づけて広告コードを保存しているテーブルから、入り口ページのURLを探し出し、この探し出した入り口ページのURLをインデックスCGIに渡すことで、インデックスCGIはインデックスデータをインデックスログファイルへ保存した後直ぐに入り口ページのURLへ広告スペースでなされたユーザーの要求をリダイレクトする；上記

のアクションCGIは、アクションURLを介して上記の入り口ページへリンクされると共に、アクションログファイルへリンクされて、上記アクションページへのアクセス要求を行うユーザーに関するアクションデータをアクションログファイルへ保存するもので、このアクションデータには、以下のものが含まれる：

- 1) アクションページへのアクセス要求の日時；
- 2) アクションページへのユーザーのアクセスを導く出発点である広告スペースのデータをすくなくとも示す参照ログ；上記の仲介モジュールは、インデックスCGIで得た広告スペースのデータとアクションCGIで得た広告スペースのデータとを照合すると共に、アクションページのURLに関連づけて広告コードを保存しているテーブルから、アクションページのURLを探し出し、この探し出したアクションページのURLをアクションCGIに渡すことでアクションCGIは、アクションデータをアクションログファイルへ保存した後直ぐにアクションページのURLへ入り口ページでなされたユーザーの要求をリダイレクトする；上記のリザルトCGIは、上記のアクションページへリザルトURLを介してリンクされると共に、リザルトログファイルへリンクされて、上記アクション処理モジュールでの処理を要求するユーザーに関するアクション処理データをリザルトログファイルへ保存するもので、このアクション処理データには、以下のものが含まれる：

- 1) アクション処理モジュールでの処理要求の日時；
- 2) アクション処理モジュールページへのアクセスを仲介した広告スペースのデータをすくなくとも示す参照ログ；上記の仲介モジュールは、インデックスCGIで得た広告スペースのデータをリザルトCGIで得た広告スペースのデータとを照合すると共に、アクション処理モジュールのURLに関連づけて広告コードを保存しているテーブルから、アクション処理モジュールのURLを探し出し、この探し出したアクション処理モジュールのURLをリザルトCGIに渡すことでリザルトCGIは、リザルトデータをリザルトログファイルへ保存した後直ぐにアクション処理モジュールのURLへユーザーの要求をリダイレクトするものであることを特徴とする請求項1に記載のシステム。

【請求項8】 上記の管理モジュールは、上記のインデックスログファイル、アクションログファイル、リザルトログファイルを参照して、上記の統計レポートを作成し、この統計レポートには、所定期間に亘る広告主の入り口ページへのアクセス数であるページアクセス数、上記アクションページへのアクセス数であるアクションアクセス数、及び上記アクション処理モジュールへのアクセス数であるリザルト数を列挙することを特徴とする請求項7に記載のシステム。

【請求項9】 上記統計レポートは、ページアクセス数に対するアクションアクセス数の比率を示すプロシーダ

ー率、ページアクセス数に対するリザルト数の比率を示すコンプリーター率を含み、プロシーダー率およびコンプリーター率は日毎にリストアップされることを特徴とする請求項8に記載のシステム。

【請求項10】 上記統計レポートは、ページアクセス数に対するアクションアクセス数の比率を示すプロシーダー率、ページアクセス数に対するリザルト数の比率を示すコンプリーター率を含み、複数の異なるキャンペーンについて複数の異なる広告コードが割り当てられている場合には、プロシーダー率とコンプリーター率は広告コードごとにリストアップされることを特徴とする請求項8に記載のシステム。

【請求項11】 上記統計レポートは、ページアクセス数、アクションアクセス数、リザルト数を含み、複数の異なるキャンペーンについて複数の異なる広告コードが割り当てられている場合には、これらの集計数は広告コードごとにソートされることを特徴とする請求項8に記載のシステム。

【請求項12】 上記統計レポートには、入り口ページとアクションページを介してアクション処理モジュールに導いた参照URLのランキングを示す参照テーブルを含むことを特徴とする請求項9に記載のシステム。

【請求項13】 インターネットなどのネットワーク上において広告出稿を手配する方法であって、以下の過程よりなる：勧誘ページを用意して独自のウェブサイトを持つ潜在的広告主に対してネットワーク上での広告出稿をもちかけ、上記勧誘ページには、出稿予定の広告についての諸条件を提示するために記入する条件フォームを含み、条件フォームには広告に対して顧客が起こすべきレスポンスの選択ボックスが含まれており、広告主は選択ボックスから定義されたレスポンスのすくなくとも一つを選択して諸条件に含めることができ、条件フォームは広告主が1レスポンスあたりの希望費用を入力するエントリー及び、希望するネットワーク媒体を指定するメディアエントリーを有する；広告主からの上記勧誘ページへの回答を受けて、上記の出稿予定広告についての個別条件を掲載した広告一覧を作成する；募集ページを用意し、ネットワーク媒体を所有する潜在的広告媒体主に対して上記の広告一覧をネットワーク上で公開することで、広告媒体主が上記の広告一覧に記載の条件に合意してネットワーク媒体上の広告スペースに上記の広告を出稿するかを決定でき、この募集ページには、広告スペースの広告主への販売合意を入力する合意エントリーが設けられる；上記販売合意の受け付けにより直ちに広告主と媒体との間の広告契約を確立し、この契約の確認を広告主と媒体とに連絡する；広告主のウェブサイトと、広告を載せるネットワーク媒体の広告スペースとを関連づけて、所定期間の間に広告スペースを介してなされた広告主のウェブサイトへのレスポンスをカウントする；カウントしたレスポンスのデータをネットワーク上で広告

主及び媒体主に対してアクセス可能に配信して、このデータを基にして広告主は広告の有効性を評価でき、媒体主が広告の費用請求を行える。

【請求項14】 ユーザーが起こすべきレスポンスとは以下のものを指す：広告主のウェブサイトの訪問；広告主のウェブサイトからのファイルやソフトウェアのダウンロード；広告主のウェブサイトで広告主が提供する懸賞への応募；広告主のウェブサイトで広告主からのアンケートへの回答；広告主のウェブサイトを通してカタログの申込み；広告主のウェブサイトからのニュースレターの購読申し込み；広告主のウェブサイトでの広告主が運営する会員組織への登録申込み；及び広告主のウェブサイトでの商品やサービスの注文；であることを特徴とする請求項13に記載の方法。

【請求項15】 ユーザーが起こすべきレスポンスには、広告主のウェブサイトを訪問するだけのクリックは含まれず、支払い対象のレスポンスにはならないことを特徴とする請求項13に記載の方法。

【請求項16】 1レスポンスあたりの希望費用を入力するエントリーは、選択されたそれぞれのレスポンスについて異なる料金を受け付けるようプログラムされていることを特徴とする請求項13に記載の方法。

【請求項17】 上記統計リポートには、広告主のウェブサイトの訪問数に対する所定レスポンス数の割合を示すテーブルを含むことを特徴とする請求項13に記載の方法。

【請求項18】 上記条件フォームには、レスポンスの選択ボックス及びレスポンスあたりの希望費用エントリーの他に、広告主が入力する以下の項目の情報エントリーを含む：広告キャンペーンの目標；所定期間中のレスポンス数の上限；ターゲット層；出稿希望媒体；出稿希望時期；出稿内容；及び広告主のウェブサイトのURLであることを特徴とする請求項13に記載の方法。

【請求項19】 広告主のウェブサイトは、上記広告スペースにリンクしている入り口ページ、入り口ページにリンクしてユーザーが上記の所定のレスポンスから少なくとも一つの特定のアクションを行うアクションページ、及び特定のアクションに回答してこれを処理するアクション処理モジュールを有し；上記のエージェントサーバーのレスポンス測定モジュールは、インデックスCGI、アクションCGI、及びリザルトCGIを備える；上記仲介モジュールは、上記広告契約の成立により、インデックスURL、アクションURL及びリザルトURLを作成する；上記のインデックスURLは、インデックスCGIのURLを識別し、広告に割り当てられる広告コードを含み、広告スペース内に埋め込まれる；上記のアクションURLは、アクションCGIのURLを識別し、上記の入り口ページに埋め込まれる；上記のリザルトURLは、リザルトCGIのURLを識別し、上記のアクションページに埋め込まれる；上記のイ

ンデックスCGIは上記インデックスURLを介して上記の広告スペースへリンクされると共にインデックスログファイルにリンクされて、上記入り口ページへのアクセス要求を行うユーザーに関するインデックスデータをインデックスログファイルに保存するもので、このインデックスデータには、以下のものが含まれる：

1) 入り口ページへのアクセス要求の日時；
2) 広告主のウェブサイトの入り口ページへのアクセスの出発点である広告スペースのデータを少なくとも示す参照ログ；

3) 広告コード (APID)；上記の仲介モジュールは、インデックスCGIで受け取った広告コード (APID) に基づき、入り口ページのURLに関連づけて広告コードを保存しているテーブルから、入り口ページのURLを探し出し、この探し出した入り口ページのURLをインデックスCGIに渡すことで、インデックスCGIはインデックスデータをインデックスログファイルへ保存した後直ぐに入り口ページのURLへ広告スペースでなされたユーザーの要求をリダイレクトする；上記のアクションCGIは、アクションURLを介して上記の入り口ページへリンクされると共に、アクションログファイルへリンクされて、上記アクションページへのアクセス要求を行うユーザーに関するアクションデータをアクションログファイルへ保存するもので、このアクションデータには、以下のものが含まれる：

1) アクションページへのアクセス要求の日時；
2) アクションページへのユーザーのアクセスを導く出発点である広告スペースのデータを少なくとも示す参照ログ；上記の仲介モジュールは、インデックスCGIで得た広告スペースのデータとアクションCGIで得た広告スペースのデータとを照合すると共に、アクションページのURLに関連づけて広告コードを保存しているテーブルから、アクションページのURLを探し出し、この探し出したアクションページのURLをアクションCGIに渡すことでアクションCGIは、アクションデータをアクションログファイルへ保存した後直ぐにアクションページのURLへ入り口ページでなされたユーザーの要求をリダイレクトする；上記のリザルトCGIは、上記のアクションページへリザルトURLを介してリンクされると共に、リザルトログファイルへリンクされて、上記アクション処理モジュールでの処理を要求するユーザーに関するアクション処理データをリザルトログファイルへ保存するもので、このアクション処理データには、以下のものが含まれる：

1) アクション処理モジュールでの処理要求の日時；
2) アクション処理モジュールページへのアクセスを仲介した広告スペースのデータを少なくとも示す参照ログ；上記の仲介モジュールは、インデックスCGIで得た広告スペースのデータとリザルトCGIで得た広告スペースのデータとを照合すると共に、アクション処理モ

ジュールのURLに関連づけて広告コードを保存しているテーブルから、アクション処理モジュールのURLを探し出し、この探し出したアクション処理モジュールのURLをリザルトCGIに渡すことでリザルトCGIは、リザルトデータをリザルトログファイルへ保存した後直ぐにアクション処理モジュールのURLへユーザーの要求をリダイレクトするものであることを特徴とする請求項13に記載の方法。

【請求項20】 上記の管理モジュールは、上記のインデックスログファイル、アクションログファイル、リザルトログファイルを参照して、上記の統計レポートを作成し、この統計レポートには、所定期間に亘る広告主の入り口ページへのアクセス数であるページアクセス数、上記アクションページへのアクセス数であるアクションアクセス数、及び上記アクション処理モジュールへのアクセス数であるリザルト数を列挙することを特徴とする請求項19に記載の方法。

【請求項21】 上記統計レポートは、ページアクセス数に対するアクションアクセス数の比率を示すプロシーダ率、ページアクセス数に対するリザルト数の比率を示すコンプリーター率を含み、プロシーダ率およびコンプリーター率は日毎にリストアップされることを特徴とする請求項20に記載の方法。

【請求項22】 上記統計レポートは、ページアクセス数に対するアクションアクセス数の比率を示すプロシーダ率、ページアクセス数に対するリザルト数の比率を示すコンプリーター率を含み、複数の異なるキャンペーンについて複数の異なる広告コードが割り当てられている場合には、プロシーダ率とコンプリーター率は広告コードごとにリストアップされることを特徴とする請求項20に記載の方法。

【請求項23】 上記統計レポートは、ページアクセス数、アクションアクセス数、リザルト数を含み、複数の異なるキャンペーンについて複数の異なる広告コードが割り当てられている場合には、これらの集計数は広告コードごとにソートされることを特徴とする請求項20に記載の方法。

【請求項24】 上記統計レポートには、入り口ページとアクションページを介してアクション処理モジュールに導いた参照URLのランキングを示す参照テーブルを含むことを特徴とする請求項20に記載の方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】 発明の分野本出願は、インターネットなどのネットワーク上において広告出稿を手配するシステム及びその方法に関するものである。

【0002】 先行技術インターネット上で広告主と媒体主との間の広告の仲介を行うシステムや方法が従来より提案されている。この方法はクリック毎やアクション毎の料金体系に基づいて媒体の広告スペースの購入を広告主が申し出るものである。インターネット上では数多く

の異なるキャンペーンがあり、これらはインターネット利用者を違った形で惹きつけたり違った反応を期待するものである。このため、広告主及び媒体主はインターネット上での広告の有効性判断について、クリック毎やアクション毎の料金体系によるだけではない方策について関心を抱いている。このような広告主の潜在的な要求に鑑みて、本発明者は、広告主と媒体主との双方にとって有益かつ最適の条件で広告の仲介を行うことを可能にする一貫した方策を提供することを求めてきた。

【0003】 発明の概要本発明は、広告主の各種要求を満足させ広告から有効な成果をもたらすことを可能とする広告の仲介方法とシステムを提供するためになされたものであり、これが本発明の主な目的である。本発明のシステムは、勧誘モジュールと募集モジュールと仲介モジュールを備えたエージェント・サーバーを備える。

【0004】 勧誘モジュールは、ウェブサイトを持つ潜在的な広告主に対してネットワーク媒体上に広告を載せることをもちかける勧誘ページをネットワーク上に提供するようにプログラムされる。この勧誘ページには、広告主が予定する広告について要求する特定の条件を記入する条件フォームが設けられる。条件フォームには選択ボックスが設けられ、広告の結果として利用者が行くと期待されるレスポンスの定義を列挙するもので、広告主はこの選択ボックスにおいて上記の条件に含める一つ以上のレスポンスを選択する。また、条件フォームには選択された各レスポンスについての希望単価を示すレスポンス毎価格を広告主が入力する欄が設けられる。

【0005】 募集モジュールは、広告主からの応答に基づいて、希望する広告とその特定の条件を列挙する広告一覧を作成するようにプログラムされている。募集モジュールは、ネットワーク媒体を所有する媒体主、即ち潜在的な広告掲載者に対してネットワーク上で広告一覧を開示する募集ページを提供し、これにより、媒体主は広告一覧に記載されている特定条件に同意してネットワーク媒体の広告スペースへ広告を載せるかどうかを決定できる。募集ページには、該広告用に広告スペースを販売することへの合意の入力を指令する合意欄が設けられる。

【0006】 仲介モジュールは、媒体主からの合意を受け付けた時に、広告主と媒体主との間の広告契約を確立し、広告主のウェブサイトをネットワーク媒体の広告スペースに割り当てようプログラムされている。

【0007】 エージェント・サーバーにはレスポンス計測モジュールが設けられ、このモジュールは広告スペースを介して広告主のウェブサイトで行われる特定のレスポンス数を集計するようプログラムされる。更に、サーバーには、管理モジュールが設けられ、集計されたレスポンスの分析結果をネットワーク上で広告主に与える統計データを作成するようにプログラムされており、これにより広告主は広告の有効性について評価できる。

【0008】 従って、本システムによれば、ユーザーに

期待する最適なレスポンスを選択することができ、これは広告にとって有効で媒体主にとって有益である。また、広告主の多様な関心に応じてレスポンスを任意に組み合わせることもできる。

【0009】レスポンスとは具体的には、広告主のウェブサイトへの訪問、広告主のウェブサイトからのファイルやソフトウェアのダウンロード、広告主のウェブサイトで提供される懸賞への応募、広告主のウェブサイトでのアンケートへの回答、広告主のウェブサイトからのカタログの請求、ニュースレターの購読申し込み、広告主のウェブサイトで運営される会員組織への入会、広告主のウェブサイトで提供される商品やサービスの申し込みと定義される。

【0010】本システムは、広告スペースから最初に利用者を導く入り口ページ、入り口ページで指定されユーザーが特定のレスポンスの結果を要求する前にユーザーの情報の入力や応答を要求するアクションページ、及び特定のレスポンスに答えてこれを処理するアクション処理モジュールを備えた広告主のウェブサイトにて特に適合するものである。これらのページやモジュールに関連するものとして、レスポンス計測モジュールには、インデックスCGI、アクションCGIとリザルトCGIが設けられる。各広告に対して選択されたレスポンスについてデータを集め統計をとるのに広告主のウェブサイトのページやモジュールをエージェント・サーバーに関連づけるため、仲介モジュールは、広告契約の成立時に、インデックスURL、アクションURL、リザルトURLを作成する。

【0011】インデックスURLは、インデックスCGIのURLを識別し、広告に割り当てられた広告コードを含むもので、広告スペースに埋め込まれて広告スペースをインデックスCGIにリンクする。アクションURLは、アクションCGIのURLを識別し、入り口ページに埋め込まれて、入り口ページをアクションCGIにリンクする。リザルトURLはリザルトCGIのURLを識別し、アクションページに埋め込まれてアクションページをアクションCGIにリンクする。

【0012】インデックスCGIはまたインデックスログファイルにリンクされ、このファイルは入り口ページへのアクセス要求を行うユーザーに関するインデックスデータを保存する。インデックスデータには、以下のものが含まれる：

- 1) 入り口ページへユーザーがアクセス要求を行った日時；
- 2) 広告主のウェブサイトの入り口ページへのアクセス要求を行う出発点である広告スペースの情報を少なくとも示す参照ログ；
- 3) 広告コード。

【0013】仲介モジュールはまた、インデックスCGIで得た広告コードに基づき、種々の入り口ページのU

RLに関連付けて種々の広告コードを保存しているデータベーステーブルを参照して、入り口ページのURLを探し出す。仲介モジュールは探し出した入り口ページURLをインデックスCGIに引き渡し、インデックスCGIはインデックスデータをインデックスログファイルへ保存した直後に、広告スペースでユーザーが行ったアクセス要求を入り口ページへリダイレクトする。

【0014】アクションCGIは、アクションログファイルにリンクされ、このファイルはアクションページへのアクセス要求を行うユーザーに関するアクションアクセスデータを保存する。アクションアクセスデータには、以下のものが含まれる：

- 1) アクションページへユーザーがアクセス要求を行った日時、
- 2) アクションページへのアクセス要求を行う出発点である広告スペースの情報を少なくとも示す参照ログ；仲介モジュールは、インデックスCGIで得た広告スペースのデータをアクションCGIで得た広告のデータと照合すると共に、種々のアクションページのURLに関連付けて種々の広告コードを保存しているデータベーステーブルを参照して、アクションページのURLを探し出すように機能する。次に、仲介モジュールは探し出したアクションページのURLをアクションCGIに引き渡し、アクションCGIはアクションアクセスデータをアクションログファイルへ保存した直後に、入り口ページでユーザーが行ったアクセス要求をアクションページへリダイレクトする。

【0015】リザルトCGIはリザルトログファイルにリンクされて、このファイルはアクション処理モジュールでの処理を要求する利用者に関するアクション処理データを保存する。アクション処理データには、以下のものが含まれる：

- 1) アクション処理モジュールへユーザーがアクセス要求を行った日時；
- 2) アクション処理モジュールへユーザーを導く出発点である広告スペースの情報を少なくとも示す参照ログ。

【0016】仲介モジュールは、インデックスCGIで得た広告スペースのデータをリザルトCGIで得た広告のデータと照合すると共に、種々のアクション処理モジュールのURLに関連付けて種々の広告コードを保存しているデータベーステーブルを参照して、アクション処理モジュールのURLを探し出すように機能する。次に、仲介モジュールは探し出したアクション処理モジュールのURLをリザルトCGIに引き渡し、リザルトCGIはアクション処理データをリザルトログファイルへ保存した直後に、アクションページでユーザーが行ったアクセス要求をアクション処理モジュールへリダイレクトする。

【0017】このようにして、特定の広告を、対応する広告主のウェブサイトでの入り口ページ、アクションペ

ージ及びアクション処理モジュールへ容易に関連付けることができ、各広告に関する入り口ページ、アクションページ及びアクション処理モジュールへのアクセス数についての統計データを得ることができる。

【0018】本発明はまた、以下の過程より成る独特の方法を提供する：独自のウェブサイトを持つ潜在的広告主に対してネットワーク媒体上に広告を載せることをもちかける勧誘ページをネットワーク上に提供し、この勧誘ページには、広告主が予定する広告について条件を指定するための条件フォームが設けられ、条件フォームには、広告の結果としてユーザーが行うと期待されるレスポンスの定義を列挙して、広告主が上記の条件に含める一つまたはそれ以上のレスポンスを選択することができるようにした選択ボックス、選択された各レスポンスについての（希望）単価を広告主が入力するレスポンス毎価格の入力欄、及び広告の出稿を希望するネットワーク媒体を指定する希望媒体の入力欄が設けられる；広告主からの勧誘ページへの応答を受け取ると、該広告についての特定の条件を列挙した広告一覧を作成し；この広告一覧をネットワーク媒体を所有する潜在的広告掲載者である媒体主に対してネットワーク上で開示する募集ページを提供し、これにより、媒体主は広告一覧に規定されている特定条件に同意してネットワーク媒体の広告スペースへ広告を載せるかどうかを決定でき、募集ページには、該広告用に広告スペースを販売することへの合意の入力を指令する合意欄が設けられ；媒体主からの合意を受け付けた時に、広告主と媒体主との間の広告契約を確立し、契約の成立を広告主と媒体主とに伝え；広告主のウェブサイトを広告が掲載されるネットワーク媒体の広告スペースに割り当てて、所定期間中に該広告スペースを経由してなされたレスポンス数を集計できるようにし；レスポンスの集計データをネットワーク経由で提供し、広告主及び媒体主がアクセスできるものとし、広告主が広告の効果を評価したり、媒体主がデータに基づいて広告主に費用を請求できるようにする。

【0019】このようにして、ネットワーク上での広告主と媒体主との仲立ちが容易になり、媒体主の裁量のみによって広告契約がなされるので、広告の出稿を速やかに行うことができる。

【0020】本発明に関する上記及びにその他の目的、利点は、添付する図面を参照して説明される以下の好ましい実施態様の詳細な説明から明らかになる。

【0021】実施態様の詳細な説明

図1及び2は本発明の好ましい態様に従ってネットワーク上で広告の出稿を手配するシステムを説明している。本システムはエージェント・サーバー10を有するエージェントによって管理され、広告主がインターネットなどのネットワーク上において出稿を予定している広告について媒体主へ知らせる。媒体主とは、メールマガジン、ターゲットメール・サービス、ウェブサイトをはじ

め広告スペース201即ち広告表現やバナーなど広告用に販売するスペースを有する一切のネットワーク媒体を有する媒体主即ち潜在的な広告掲載者である。広告主は、ネットワーク利用者がアクセスして広告主のサービスや製品についての情報を取得することができる自身のウェブサイトを持つものと規定される。媒体主が自分のネットワーク媒体上に広告を掲載するかどうかを決めることができるよう、広告主および媒体主はネットワークを介してサーバー10と通信可能である。

【0022】広告主及び媒体主は前もって本システムに登録すると、システムへのアクセスのためのID及びパスワードが個別に与えられる。登録時に、広告主及び媒体主はサーバー10が提供するウェブサイト上の登録ページ11においてそれぞれの企業概要を入力するよう求められる。こうして提供された概要に基づき、エージェント・サーバー10は登録広告主及び媒体主のグループを作成し、ネットワーク上で通信を行う。

【0023】広告主の希望と媒体主の関心の仲介をするために、エージェント・サーバー10は出稿希望の広告を集め、集めた広告主の希望を媒体主に提供する。このために、エージェント・サーバー10は、ウェブサイト上で広告主がアクセスする勧誘ページ20及び媒体主がアクセスする募集ページ40を提供する勧誘モジュール12を含む。勧誘ページ20では、広告主による特定のキャンペーンに関して出稿予定の広告についての諸条件及びキャンペーンについての広告主の希望についてのその他の情報を収集される。

【0024】この条件には、広告の結果としてネットワークユーザーがなすと期待されるレスポンスの各定義からひとつ以上を選択すること、及び媒体主に支払われる1レスポンスあたりの費用が含まれる。レスポンスの定義は以下のとおり：

- 1) 広告主のウェブサイトへの訪問もしくはクリックスルー；
- 2) 広告主のウェブサイトからのソフトウェアやファイルのダウンロード；
- 3) 広告主のウェブサイトで広告主が提供する懸賞への応募；
- 4) 広告主からのアンケートへの回答；
- 5) 広告主のウェブサイトを通しての広告主のカタログ請求；
- 6) 広告主のウェブサイトからのニュースレターの購読申込み；
- 7) 広告主のウェブサイトで運営される会員組織への入会申込み；
- 8) 広告主のウェブサイトでのサービスや商品の購入申込み；及び
- 9) 広告主からの応答を必要とするようなその他の積極的な行為。前記情報には、例えば以下のようなものが含まれる：

- i) キャンペーンの目的；
- ii) 所定期間内のレスポンス数の上限；
- iii) ネットワーク利用者である対象グループの種別；
- iv) 希望媒体；
- v) 希望広告期間；
- vi) 広告の内容；
- vii) 広告主のウェブサイトのURL。

【0025】上記の条件及び情報は、勧誘ページ20上において広告主が入力する。図3は勧誘ページ3の例である。勧誘ページには、広告主の名称を入力する広告主名エンタリー21、キャンペーンの目的を入力するキャンペーンの目的エンタリー22、キャンペーンの開始時期及び終了時期を入力するキャンペーン期間エンタリー23、レスポンスの定義を選択する選択ボックス24、一月当りの支払い対象レスポンス数の上限を入力するエンタリー27、対象グループの種別を入力するエンタリー28、希望媒体を指定する指定ボックス29、広告文及びイメージを入力するレイアウトエンタリー31、広告にリンクされるべき広告主のウェブサイトのURLを入力するURLエンタリー32を含む。選択ボックス24はレスポンスの定義を列挙し、それぞれの定義にはチェックボックス25及びレスポンス毎料金エンタリー26をとまなっており、広告主は対応するチェックボックスをマークし、レスポンス毎料金に希望価格を入力するだけで一つ以上のレスポンスを選択することができる。指定ボックス29では、広告主は対応するチェックボックス30をマークするだけで媒体を個別に、もしくはすべての媒体を同時に選択することができる。

【0026】広告主が勧誘ページの入力を完了すると、エージェント・サーバー10はそれに対して6個の英大文字からなるキャンペーンコードを作成する。キャンペーンコードの最初の3文字は広告主名を識別するのに選ばれ、後の3文字は広告主の特定の製品やサービスを識別するために選ばれ。例えば、“ABCXYZ”というキャンペーンコードは、“ABC”という企業コードをも

つ広告主の、“XYZ”というブランドコードを与えられた特定の製品やサービスについての広告であることを示している。こうして、システム内において、同一の広告主による異なるキャンペーンを問題なく識別することができる。広告主の企業コードは、広告主がシステムに登録する時に割り振られ、ブランドコードは勧誘ページ20の入力が完了する度に割り振られる。

【0027】広告主が提供する前記の条件及び情報は、サーバー10内の募集モジュール13で受け取られ、広告主が希望する広告を列挙した募集ページ40が作成される。募集ページ40は媒体主毎に作成される。各募集ページ40はエージェントのウェブサイトに掲載され、指定された媒体主は、自らに用意された募集ページ40にのみアクセスすることができる。図4は募集ページ40の例で、このページにアクセスすることができる媒体主を指定している出稿希望広告の一覧が含まれている。一覧表には、広告主の名称、キャンペーンの目的、レスポンス毎料金、及びエージェント・サーバー10に蓄積されている過去の統計データの分析から得られる予測売上が記載されている。適当な統計データが入手不可能なときには、予測売上欄は空白のままである。募集ページ40には、出稿予定の広告の詳細をさらに閲覧するためのエンタリー42及び詳細情報ページ50が含まれる。エンタリー42に一覧中の対応する番号を入力すれば、画面表示は図5に示されるような詳細情報ページ50へジャンプして、勧誘ページ30が再現されるのに加えて、このページには販売合意セクション51を含んでおり、このセクションには日付エンタリー52、広告スペース種別エンタリー53、本システム登録時に媒体主に割り振られた媒体主コードのエンタリー54が含まれている。広告スペース種別は、システム登録時に媒体主に届けられるマニュアル中のテーブルから選んだ3つの英大文字の広告スペースコードによって指定される。下記のテーブルは広告スペースコードの一例である。

【表1】

| 広告スペースコード | 指定枠 |
|-----------|-----------------------|
| HTA | ヘッダ枠テキスト広告枠(メールマガジン) |
| TWT | ウェブサイトのトップページのテキスト広告枠 |
| CWB | ウェブサイトのカテゴリ内バナー広告枠 |

募集ページ40及び情報ページ50によって十分な情報を提供し、媒体主が、媒体主の媒体の利用者のデモグラフィックスと共にこれらの情報を考慮して、広告をどの広告スペースに掲載するか決定できるようにする。媒体主が広告主による募集ページ40を介した提示条件を受け入れるなら、媒体主は販売合意セクション51の入力を完了するだけでよい。すると、募集ページ40からの応答はエージェント・サーバー10の仲介モジュール14に送り返され、仲介モジュールは媒体主と広告主との

間の広告契約を確立し、契約の確認通知をEメールで広告主と媒体主に送る。確認通知には、広告スペース201上に広告の出稿開始時から終了時までの実際の出稿期間及び媒体種類識別子が含まれる。媒体種類識別子はメールマガジン、ターゲットメール・サービス、ウェブサイトなど広告スペースを持つネットワーク媒体の種別を示す。例えば、メールマガジンは‘M’の文字、ターゲットメール・サービスは‘O’の文字、ウェブサイトは‘W’の文字で示される。これらの文字は対応する媒体

に割り振られ、媒体がシステムに登録するときにエージェント・サーバーによって認識される。

【0028】媒体主が販売同意セクション51の入力を完了するとすぐに、仲介モジュール14は、特定の広告広告キャンペーン及び該広告を掲載する媒体主を識別するために広告出稿識別コード(APID)を作成する。APIDは、媒体コード、出稿期間コード、キャンペーンコードを含む。媒体コードは媒体の種類を示す一文字と媒体コード、及び広告スペースコードからなり、出稿期間コードは広告の出稿開始日及び終了日を示す8桁の数字によって決まる。即ち、"MXXXHTA11101120ABCXYZ"というAPIDが示すのは：冒頭の'M'の文字は、媒体の種類がメールマガジンであることが表す；続く3文字"XXX"は媒体コードで、媒体名を表す；次の3文字"HTA"は広告スペースコードで、広告スペースの種別を表す；次の4桁の数字"1110"は、広告の開始日が11月10日であることを示す；次の4桁の数字"1120"は、広告の終了日が11月20日であることを示す；次の3文字の"ABC"は、企業コードで、広告主の名前を表す；そして、最後の3文字"XYZ"はブランドコードで、ブランドもしくはサービスを表す。同様に、"WYYYTWT11101120ABCXYZ"というAPIDは、同時期に行われる同じ広告キャンペーンであるが、異なる媒体主の異なる広告スペースで、即ち、"TWT"で示される広告スペースで、"YYY"の媒体コードで示される媒体主によって売られた広告スペースに広告が行われることを示している。

【0029】こうして作成されたAPIDは、サーバー10内のデータベース・テーブルに蓄積され、エージェントが広告キャンペーンを管理するのに用いられる。正確に言えば、広告契約は、データベース内にAPIDデータが蓄積されると同時に成立するとみなされる。

【0030】次に、仲介モジュール14は、エージェント・サーバー10を介して広告スペース201を広告主のウェブサイトの指定ページに割り振る。指定ページとは、利用者が広告スペース201から最初に訪問する入り口ページ101、及び広告主が支払い対象として選んだ利用者のレスポンスが行われるアクションページ102のことである。

【0031】下記の説明では、広告主が、単なる入り口ページ訪問を支払い対象のレスポンスから除外する場合を示している。即ち、支払い対象となるレスポンスの定義は下記に限定される：

- 1) 広告主のウェブサイトからのソフトウェアやファイルのダウンロード；
- 2) 広告主のウェブサイトで広告主が提供する懸賞への応募；
- 3) 広告主からのアンケートへの回答；
- 4) 広告主のウェブサイトを通しての広告主のカタログ請求；

5) 広告主のウェブサイトからのニュースレターの購読申込み；

6) 広告主のウェブサイトで運営される会員組織への入会申込み；

7) 広告主のウェブサイトでのサービスや商品の購入申込み；及び

8) 広告主からの応答を必要とするようなその他の積極的な行為。

【0032】この場合、アクションページ102は上記から選んだ定義済みレスポンスを提案するアクションプロンプトを含む。こうして、下記の説明では、「アクション」なる語句は、広告主の応答を要求する利用者の積極的なレスポンスを意味し、入り口ページへの単なる訪問についてはこれを支払い対象となるレスポンスから除外するため、広告主が支払い対象に選んだレスポンスについては「アクション」の用語が用いられる。広告主のウェブサイトはさらに、アクションページ102でなされた特定のアクションに回答するようプログラムされたモジュールであるアクション処理CGI(common gateway interface)110を含む。アクション処理CGI110は、アクションに対する応答時に生じるエラーをチェックするエラーページ111、アクションを処理するに際してアクションを確認するコンファームページ112、アクションに含まれる利用者の情報を蓄えるインプットデータ113、及びユーザーに謝辞を返送するサンクスページ114に結合して機能する。

【0033】仲介モジュール14は、広告スペース201をクリックした利用者をエージェント・サーバー10を介して広告主のウェブサイトの入り口ページ101へと導くインデックスURLを作り出し、広告がもたらした利用者のアクセスをモニターする。インデックスURLには広告主名、エージェント、APIDを識別する記述が含まれる。インデックスURLは広告スペース201に埋め込まれ、エージェント・サーバー10のインデックスCGI61が、広告主名及びAPIDに加えて、広告スペース201をクリックした利用者の情報をキャッチする。下記はインデックスURLの一例である：

<http://www.actionclie.net/cgi-bin/clientname/index?MXXXHTA11101120ABCXYZ>

上記において、"www.actionclie.net/cgi-bin"はエージェントのサーバーを示し；"clientname"は広告主名を示し；"index.cgi"インデックスCGIを示し；?はパラメータ・インジケータであり、そして"MXXXHTA11101120ABCXYZ"はAPIDを示すパラメータである。

【0034】インデックスCGI61で受け取られた広告主名及びAPIDに基づいて、仲介モジュール14は、データベース・テーブル15を参照して、入り口ページ101の入り口ページURLを識別する。こうして、インデックスCGI61は、情報を受け取った後直ちに、利用者のレスポンスを広告主のウェブサイトの入

り口ページ101にリダイレクトすることができる。インデックスCGI61で受け取られた情報の一部は、インデックス・ログファイル62に蓄えられ、後述するように利用者の行動の分析に用いられる。このような情報には下記のものが含まれる：

- ユーザーが入り口ページへのアクセス要求を行った日時；
- ユーザーが入り口ページにアクセスする前にいた参照ページ (referring pages) のすべてを示す参照ログ (referrer log) ；
- API D ；及び場合によっては
- ユーザーのIPアドレス。

【0035】広告契約の成立と同時に、仲介モジュール14はまた、アクションURLとリザルトURLとを作成して、入り口ページ101及びアクションページ102をそれぞれエージェント・サーバー10のアクションCGI63及びリザルトCGI64にリンクさせる。アクションURLは、入り口ページ101に現れるガイド・オブジェクトに埋め込まれ、利用者をアクションページ102へと誘導し、アクションCGI63を介して、利用者のレスポンスをアクションページ102へ導く。下記はアクションURLの一例である：

<http://www.actioncllic.net/cgi-bin/clientname/actionCGI>

上記において、“www.actioncllic.net/cgi-bin”はエージェント・サーバーを示し；“clientname”は広告主名を示し；そして“actionCGI”はアクションCGIを示す。

【0036】アクションCGI63は、利用者が入り口ページ101のガイド・オブジェクトをクリックまたは類似の動作を行うことによってもたらされる情報をキャッチし、その情報をアクション・ログファイル64に蓄える。このような情報には下記のものが含まれる：

- ユーザーがアクションページへのアクセス要求を行った日時；
- ユーザーが入り口ページにアクセスする前にいた参照ページ (referring pages) のすべてを示す参照ログ (referrer log) ；
- API D ；及び場合によっては
- ユーザーのIPアドレス。

【0037】次に、参照ページのデータはインデックスCGI61で得られた情報と照合され、参照ページが有しているレスポンスの出所確認の鍵となる広告スペース201のインデックスURLによってレスポンスの出所、即ちAPI Dが確認される。この出所確認から、アクションCGI63はアクションページ102のアクションページURLを再入手し、利用者のレスポンスをアクションページ102へリダイレクトする。アクションCGI63で受け取られた情報データは識別されたAPI Dと一緒にアクション・ログファイル64に蓄えられ

る。

【0038】リザルトURLは、利用者がアクセスできるようアクションページ102に挿入されているアクション・オブジェクト中に埋め込まれ、広告主が支払い対象に選んだレスポンスであるアクションの定義の一つを要求する。さらに、アクション処理URLによって、利用者がアクション・オブジェクトに対して行ったアクションは、エージェント・サーバー10のリザルトCGI65を介して、アクション処理モジュール110へと送られ、所定のレスポンスについて利用者が行った行動についてのデータを収集する。下記はリザルトURLの一例である：

<http://www.actioncllic.net/cgi-bin/clientname/resultCGI>

上記において“www.actioncllic.net/cgi-bin”はエージェント・サーバーを示し；“clientname”は広告主名を示し；そして“resultCGI”はリザルトCGIを示す。

【0039】リザルトCGI65は、アクションページ102のアクション・オブジェクトのクリックもしくはそれに類似の動作を行うことによってもたらされる情報をキャッチし、その情報をリザルト・ログファイル66に蓄える。このような情報には下記のものが含まれる：

- ユーザーがアクションページ上で、所定のアクションをなした日時；
- ユーザーが入り口ページにアクセスする前にいた参照ページ (referring pages) のすべてを示す参照ログ (referrer log) ；
- API D ；及び場合によっては
- ユーザーのIPアドレス。

【0040】次に、参照ページのデータはインデックスCGI61で得られた情報と照合され、上述のとおり、レスポンスの出所、即ちAPI Dが確認される。この出所確認から、リザルトCGI65はアクション処理CGI110のアクション処理URLを再入手し、ユーザーのレスポンスをアクション処理URLへリダイレクトする。リザルトCGI65で受け取られた情報データは識別されたAPI Dと一緒にリザルト・ログファイル66に蓄えられる。アクション処理CGI110は、エージェント・サーバーを介さず直接利用者に対して必要な応答を行う。

【0041】広告主のウェブサイトはエージェント・サーバー10にリンクしていない他のページを有する場合もあるので、広告スペース201ではなく他のページから、利用者が入り口ページ101やアクションページ102にたどりつくこともありえる。この場合には、インデックスCGIはAPI Dをキャッチすることができないので、API Dコードは62、64、66のいずれのログファイルにも蓄えられることがない。こうして、API Dがないことで、このようなアクションを、広告スペース201を出所とするアクションで支払い対象であ

るアクションから区別することが可能である。

【0042】インデックスCGI 161、アクションCGI 163、リザルトCGI 165及び対応するログファイルが共同してレスポンス数測定モジュール60を構成し、広告スペース201上の広告によって惹きつけられたユーザーのレスポンスについてのデータを与える。データベーステーブル15は、このAPI D、広告主名、広告主コード、広告主のウェブサイトの入り口ページ101のURL、アクションページ102のURL、アクション処理CGI 120のURL、媒体主コード、媒体主名、広告主及び媒体主の名前、パスワード、ID、広告主が決定する1レスポンス毎の料金、及び、その他のフィールドが含まれ、エージェントのサーバーの仲介モジュール14やその他のモジュールからの問い合わせに答えて対応するデータやフィールド間の関係を与える。

【0043】これに関連し、レスポンス数測定モジュールには、広告主が支払い対象として一つ以上のレスポンスの定義を選んだ場合には、一つ以上の追加のリザルトCGIがこれに対応するリザルトログファイルとリザルトURLと共に設けられる。追加のリザルトCGIは対応するリザルトURLによってアクションページ102にリンクされ、アクションページ102でなされた利用者の追加のレスポンスもしくはアクションを集計し、対応するリザルト・ログファイルに追加のアクション処理データを蓄える。

【0044】更に、サーバー10には、管理CGI 71を有する管理モジュール70が含まれ、エージェントのウェブサイト上で管理ページ72を提供する。管理CGI 71はインデックス・ログファイル62、アクション・ログファイル64、及びリザルト・ログファイル66に結合され、これらのファイルからデータを集め、レスポンス測定モジュール60で集計されたレスポンスもしくはアクションに関しての統計データを用意する。統計データは管理ページ72において、アクセスを許可されている広告主と媒体主に対して選択的にさまざまな形式で開示される。統計データには下記が含まれる：

- 1) ページアクセス数、即ち所定期間内における広告主のウェブサイトの入り口ページへのアクセス数；
- 2) アクションアクセス数、即ち所定期間内における広告主のウェブサイトのアクションページへのアクセス数；
- 3) リザルト数、即ち所定期間内においてアクション・オブジェクトに対してなされ、アクション処理CGIでの処理を必要としたアクション数；
- 4) プロシーダー率、即ちページアクセス数に対するアクションアクセス数の割合；
- 5) コンプリーター率、即ちページアクセス数に対するリザルト数の割合；及び
- 6) 所定期間内に集計されたアクションに関して、媒体主もしくはエージェントに対して支払われる費用を示

す費用テーブル。

【0045】費用はアクション数及び広告主によって決定されたレスポンス毎費用から算定され、選択されたアクションに関連付けられてデータベーステーブル15に蓄えられる。

【0046】報告の形式は、広告主向けの第一の報告形式と媒体主向けの第二の報告形式とに分類される。第一の報告形式には下記が含まれる：

- a) 毎日のレスポンス数の一覧；
- b) レスポンス数順のAPI D (広告スペース) の一覧；及び
- c) 上記統計データの内容のすべて若しくは任意の組合せについての参照ページのいずれかについてのカウンタ数順のリスト。

第二の報告形式には下記が含まれる：

- a) 上記統計データの内容のすべて若しくは任意の組合せについてのレスポンス数順の広告主一覧；
- b) 上記統計データの内容のすべて若しくは任意の組合せについてのAPI D (広告スペース) 一覧。

【0047】形式の選択は管理ページで行う。また、管理ページ72は広告主及び媒体主がそれぞれアクセス可能なログファイル62、64、66のデータをダウンロードできるボタンを含む。

【0048】個々の広告主及び媒体主に用意された統計レポートに基づき、広告主は広告の有効性を評価することができ、媒体主は広告主に費用を請求することができる。

【0049】図6は、広告主のみがアクセスできる管理ページ72に表示されるレポート形式80の例である。このレポート形式は、エージェント・サーバー10内に蓄積されたデータについて全期間あるいはある特定の期間かを選ぶ期間エントリー81を含む。ログファイル62、64、66のうち任意のファイルのデータをダウンロードできるよう、ダウンロード・セクション82が設けられている。ダウンロード・ボタン83を広告主がクリックすると、希望のログファイルのデータのダウンロードが開始する。さらに、API Dや参照ページなどの項目毎にソートされた統計データを表示できるよう、統計ビュー・セクション84が設けられている。ビュー・ボタン85をクリックすると、表示画面は図7に示すような統計レポート86にジャンプする。レポート・ページ86には、縦列にページアクセス数、アクションアクセス数、リザルト数、プロシーダー率、コンプリーター率を示した毎日の統計データのテーブル87が表示される。レポート・ページ86にはまた、ダウンロード・ボタン88があり、広告主は表示されているデータをダウンロードすることができる。

【0050】図8は、広告主のみがアクセスできる管理ページ72に表示されるレポート形式90の例である。レポート形式90は、エージェント・サーバー10内に

蓄積されたデータについて全期間あるいはある特定の期間かを選ぶ期間エントリー91を含む。ログファイル62、64、66のうち任意のファイルのデータをダウンロードできるよう、ダウンロード・セクション92が設けられている。ダウンロード・ボタン93を広告主がクリックすると、希望のログファイルのデータのダウンロードが開始する。さらに、API Dや参照などの項目毎にソートされた統計データを表示できるよう、統計ビュー・セクション94が設けられている。ビュー・ボタン95をクリックすると、表示画面は図7に示すような統計レポート96にジャンプする。レポート・ページ96には、広告主毎のページアクセス数、アクションアクセス数、リザルト数、プロシーダー率、コンプリーター率を示した統計データのテーブル97が表示される。レポート・ページ96にはまた、ダウンロード・ボタン98があり、媒体主は表示されているデータをダウンロードすることができる。

【0051】これに関連して、上記の統計データは広告主に対して、レスポンス数順に媒体主をランク付けした別の形式で提示することも可能である。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の好ましい実施態様による、ネットワーク上での広告出稿を手配するシステムを図解したブロック図；

【図2】前記のシステムを図解した別のブロック図；

【図3】前記のシステムで使用される勧誘ページの図

【図4】前記のシステムで使用される募集ページの図；

【図5】募集ページの一部を示す図；

【図6】前記のシステムで使用される広告主向け管理ページの図；

【図7】広告主に提供される統計レポートの図；

【図8】前記のシステムで使用される広告媒体主向け管理ページの図；

【図9】広告媒体主に提供される統計レポートの図；

【符号の説明】

10 エージェントのサーバー

11 勧誘モジュール

12 募集モジュール

14 仲介モジュール

15 データベーステーブル

20 勧誘ページ

21 名前入力

22 キャンペーン入力

23 キャンペーン期間入力

24 選択ボックス

25 チェックボックス

26 1レスポンス当り料金入力

27 入力

28 入力

29 指定ボックス

30 チェックボックス

31 レイアウト入力

32 URL入力

40 募集ページ

41 広告リスト

42 入力

50 情報

51 合意部

52 日入力

53 広告スペースタイプ入力

54 媒体主入力

60 レスポンス数測定モジュール

61 インデックスCGI

62 インデックスログファイル

63 アクションCGI

64 アクションログファイル

65 リザルトCGI

66 リザルトログファイル

70 管理モジュール

71 管理CGI

72 管理ページ

80 報告書フォーム

81 期間入力

82 ダウンロード部

83 ダウンロードボタン

84 報告書ビュー部

85 ビューボタン

86 報告ページ

87 表

88 ダウンロードボタン

90 報告フォーム

91 期間入力

92 ダウンロード部

93 ダウンロードボタン

94 報告書ビュー部

95 ビューボタン

96 統計報告ページ

97 表

98 ダウンロードボタン

101 入り口ページ

102 アクションページ

110 アクション処理CGI

111 エラーページ

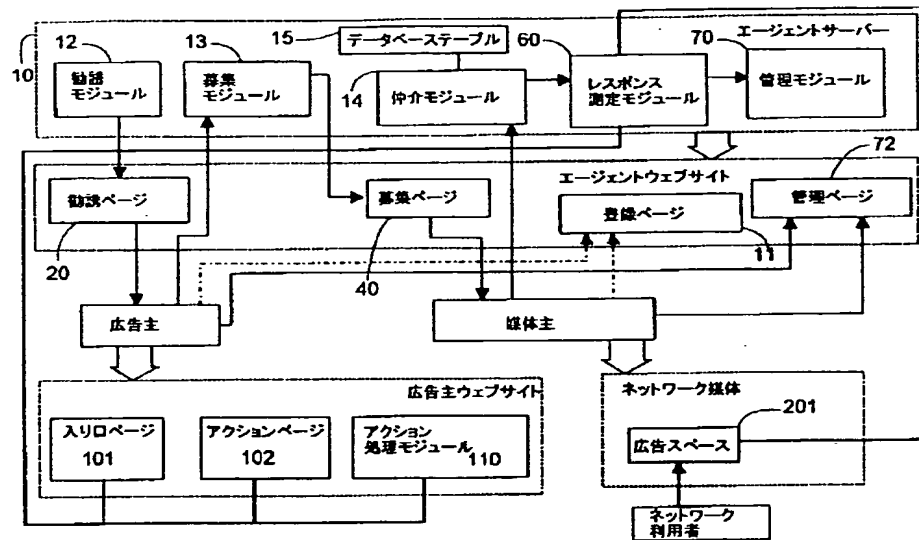
112 確認ページ

113 入力データ

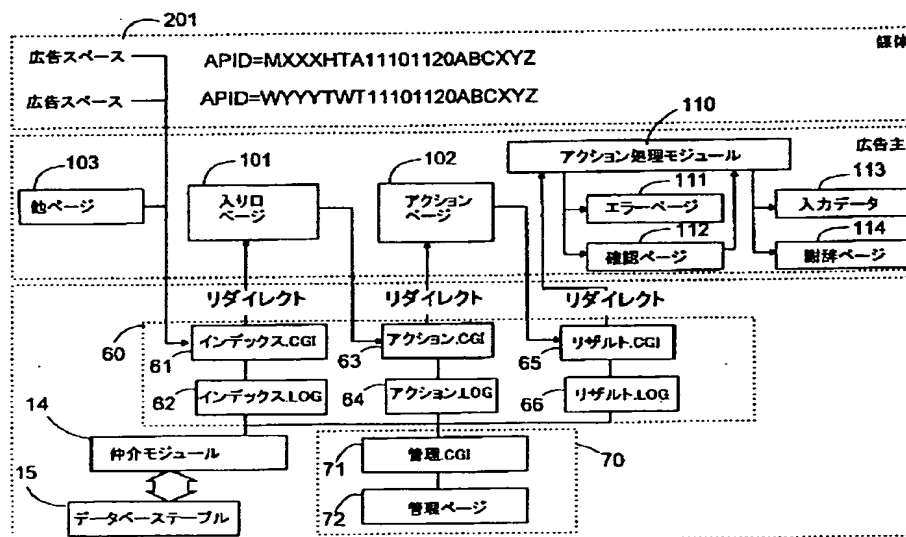
114 謝辞ページ

201 広告スペース

【図1】



【図2】



【図3】

20 広告主の要求事項(紹介ページ)

21 広告主名

22 キャンペーン目的

23 キャンペーン期間 from to

24 レスポンスの選択

25

レスポンス毎料金

26

27

28

29 最大レスポンス数

30 対象グループの種別

31

32

媒体の指定

ALL

XXX YYY ZZZ

QQQ SSS TTT

広告原稿・レイアウト

リンク先ウェブサイトのURL

【図6】

80 管理ページ

広告主様 ABC

キャンペーン目的: 新カタログの頒布

キャンペーンコード: ABCXYZ

81 期間

全期間

指定 自 to 至

82 ログファイルのダウンロード

入りロページ<ページアクセス数>

アクションページ<アクションアクセス数>

アクション処理<リザルト数>

83 ダウンロード

84 統計ビュー

APID版

リファラー版

85 ビュー

【図4】

40

To: XXX

41 出稿予定広告リスト<応募ページ>

| | 広告主名 | キャンペーン目的 | レスポンス毎料金 | 予測売上 |
|---|------|----------|----------|-----------|
| 1 | ABC | 新カタログの頒布 | 100 | 500,000 |
| 2 | ABC | 新規会員募集 | 120 | 600,000 |
| 3 | DEF | 流行調査 | 150 | 800,000 |
| 4 | HIJ | 新商品販売促進 | 200 | 1,200,000 |
| 5 | HIJ | 新規会員募集 | 100 | 700,000 |
| 6 | LMN | 新規会員募集 | 1000 | 2,500,000 |
| 7 | LMN | 新商品販売促進 | 1500 | 3,300,000 |

42 詳細については番号入力

【図5】

20

50

詳細情報

広告主の要求事項(紹介ページ)

広告主名

キャンペーンの目的

キャンペーン期間

レスポンスの選択

☐ ウェブサイト訪問

☐ ソフトウェアのダウンロード

☐ 購買履歴

☐ アンケート回答

☐ カタログ請求

☐ ニュースレター購読申し込み

☐ 会員登録

☐ 商品サービス申し込み

レスポンス毎料金

最大レスポンス数

対象グループの選択

条件の指定 ☐ ALL

☐ XXX ☐ YYY ☐ ZZZ

☐ QQQ ☐ SSS ☐ TTT

広告部署レイアウト

リンク先ウェブサイトのURL

51

販売合意

日付

52

53

54

広告スペース種別

媒体主コード

【図7】

統計レポート<FORM 1A>

86

広告主様: ABC

キャンペーン目的: 新カタログの配布

キャンペーンコード: ABCXYZ

期間

88

ダウンロード

87

| 日付 | ページ アクセス数 | アクション アクセス数 | | リザルト数 | |
|-------|--------------|----------------|--------|-------|--------|
| 合計 | 18692 | 11684 | 61.81% | 4719 | 24.88% |
| 11/10 | 1000 | 700 | 70.00% | 300 | 30.00% |
| 11/11 | 1200 | 800 | 66.66% | 450 | 37.50% |
| 11/12 | 1100 | 700 | 63.63% | 400 | 36.36% |
| 11/13 | 2000 | 1000 | 50.00% | 800 | 40.00% |
| 11/14 | 1500 | 850 | 56.67% | 630 | 42.00% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Next ⇨ Top

【図8】

90

管理ページ

媒体主様: XXX

期間

91

☐ 全期間

☐ 指定 日 迄

ダウンロード

92

☐ 入り口ページ<ページアクセス数>

☐ アクションページ<アクションアクセス数>

☐ アクション処理<リザルト数>

93

ダウンロード

94

統計ビュー

☐ 広告主順

☐ APID順

95

ビュー

【図9】

統計レポート <FORM 1B>

媒体主様: XXX

期間 自 1999.11.10 至 1999.12.15

ダウンロード

| 広告主 | ページ アクセス数 | アクション アクセス数 | リザルト数 |
|-----|--------------|----------------|--------------------|
| ABC | 14900 | 11100 | 74.49% 9400 83.08% |
| DEF | 3000 | 2200 | 73.33% 1900 63.33% |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Next ⇨ Top

フロントページの続き

F ターム(参考) 5B049 AA01 AA02 BB49 CC02 CC05
CC08 DD01 EE00 FF03 GG02
GG04 GG07 GG09

【外国語明細書】

1. TITLE OF INVENTION

System and method of arranging delivery of advertisements over a network such as the Internet

2. CLAIMS

1. A system of arranging the delivery of advertisements over a network such as the Internet, said system having an agent's server which comprises:

an invitation module providing an invitation page on a network for inviting a potential advertiser having the advertiser's own web site to place an intended advertisement on a network, said offer page including a condition form which said potential advertiser fill out to specify conditions for said advertisement, said condition form having a selection box of defined responses to be made by network users as a consequence of the advertisement so that the advertiser can select at least one of said defined responses at said selection box to be included in said conditions, said condition form having a cost per response entry to be entered by the advertiser as indicating a unit cost payable for the response selected;

an offer module which makes an ad schedule listing the intended advertisement with the specific conditions based upon a reply to said invitation page from the advertiser, said offer module providing an offer page which discloses said ad schedule on the network to a potential affiliate administering a network medium so that the affiliate can determine to place the advertisement on an ad space of said network medium in agreement on the specific conditions prescribed in said ad schedule, said offer page including an agreement entry which instructs the affiliate to enter an acceptance for selling the ad space to the advertiser;

an arrangement module which establishes an advertisement contract between the advertiser and the affiliate upon receipt of said acceptance from the affiliate, and allocates said advertiser's web site to said ad space of said network

placing the advertisement thereon;

a response measurement module which counts the number of said specific response made at the advertiser's web site through said ad space; and

an administration module making a statistical report for analysis of the counted responses and delivering the statistical report through said agent's server to the advertiser so that the advertiser can estimate the effectiveness of the advertisement.

2. The system as set forth in claim 1, wherein

said defined responses made by the users include:

clicking through to said advertiser's web site

downloading a file or software from the advertiser's web site;

applying for a prize offered by the advertiser on the advertiser's web site;

answering to a questionnaire from the advertiser on the advertiser's web site;

requesting a catalogue from the advertiser through the advertiser's web site;

requesting a subscription to a newsletter from the advertiser's web site;

signing up a membership of a club managed by the advertisers through the advertiser's web site; and

ordering a product or service through the advertiser's web site.

3. The system as set forth in claim 1, wherein

said clicking through to said advertiser's web site is excluded from said responses to be paid for.

4. The system as set forth in claim 1, wherein

said cost per response entry is programmed to receive different costs for differing responses selected by the advertiser.

5. The system as set forth in claim 1, wherein

said statistical report including a table showing a ratio of the number of the responses counted to the number of visits to the advertiser's web site.

6. The system as set forth in claim 1, wherein
said condition form has, in addition to said selection box and said
cost-per-response entry, information entries to be entered by the advertiser for
items which include:

- campaign objective;
- maximum counts of responses per a predetermined period of time;
- category of target group;
- desired media;
- requested advertising time period
- advertising content
- URL of the advertiser's web site.

7. The system as set forth in claim 1, wherein

said advertiser's web site includes an entrance page which is linked from
said ad space, an action page which is linked from said entrance page and where
the user may proceeds to make at least one specific action of said defined
responses, and an action process module which responds to said specific action
for processing the same;

said response measurement module of the agent's server being provided
with an index CGI, an action CGI, and a result CGI;

said arrangement module preparing an index URL, an action URL, and a
result URL upon establishment of said advertisement contract;

said index URL identifying a URL of said index CGI and including an ad
code assigned to the advertisement, said index URL being embedded in said ad
space,

said action URL identifying a URL of said action CGI and being embedded

in said entrance page,

said result URL identifying a URL of said result CGI and being embedded in said action page;

said index CGI being linked to ad space through said index URL and to an index log file which stores index data with regard to the user requesting access to said entrance page, said index data including:

- 1) date and time of the user requesting for access to said entrance page;
 - 2) a referrer log showing data of at least said ad space from which the user makes the request for access to said entrance page of the advertiser's web site;
- and
- 3) said ad code;

said arrangement module locating an entrance page URL of said entrance page based upon said ad code received at said index CGI by reference to a table storing various ad code in relation to various entrance page URLs, said arrangement module passing thus located entrance page URL to said index CGI which responds to redirect the user's request at said ad space to said entrance page immediately after storing said index data in said index log file;

said action CGI being linked said entrance page through said action URL and to an action log file which stores action access data with regard to the user requesting for access to said action page, said action access data including:

- 1) date and time of the user requesting for access to the action page; and
- 2) a referrer log showing data of at least said ad space from which the user is led to said action page;

said arrangement module locating an action page URL of said action page by collation of said data of the ad space received at said index CGI with data of the ad space received at said action CGI and by reference to said table storing the ad codes in relation to action page URLs, said arrangement module passing thus located action page URL to said action CGI which responds to redirect the user's request at said entrance page to said action page immediately after

storing said action access data in said action log file;

said result CGI being linked to said action page through said result URL and to a result log file which stores action process data with regard to the user requesting the processing at said action process module, said action process data including

- 1) date and time of the user requesting an access to the action process module;
- 2) a referrer log showing data of at least said ad space from which the user is led to said action process module; and

said arrangement module locating an action process URL of said action page by collation of said data of the ad space received at said index CGI with data of the ad space received at said result CGI and by reference to said table storing the ad codes in relation to action process URLs, said arrangement module passing thus located action process URL to said result CGI which responds to redirect the user's request for access to said action process module immediately after storing said action process data in said result log file.

8. The system as set forth in claim 7, wherein

said administer module produces said statistical report with reference to said index log file, said action log file, and said result log file, said statistical report listing a page access number which is the number of the accesses to the entrance page of the advertiser's web site during a predetermined period of time, an action access number which is the number of accesses to said action page, and a result number which is the number of the access to said action process module.

9. The system as set forth in claim 8, wherein

said statistical report includes a proceeder rate, which is the ratio of the action access number to said page access number, and "completer" rate, which is the ratio of the result number to page access number, and said proceeder rate and

said completer rate being listed on a daily basis.

10. The system as set forth in claim 8, wherein said statistical report includes a proceeder rate, which is the ratio of the action access number to said page access number, and "completer" rate, which is the ratio of the result number to page access number, and said proceeder rate and said completer rate being listed per said ad code when different ad codes are assigned to different campaigns.

11. The system as set forth in claim 8, wherein said statistical report includes said page access number, said action access number, and said result number which are sorted on each ad code when more than one ad codes are assigned to different campaigns.

12. The system as set forth in claim 9, wherein said statistical report includes a referrer table listing a ranking of the referred URLs which lead to the action process module through said entrance page and said action page.

13. A method of arranging the delivery of advertisements over a network such as the Internet, said method comprising the steps of:

providing an invitation page on the network for inviting potential advertisers each having an advertiser's web site to place an advertisement on the network, said invitation page having a condition form to specify conditions for said advertisement, said condition form having a list of defined responses expected to be made by a network user in reply to the advertisement so that the advertiser can select at least one of said responses to be included in said conditions, said condition form having a cost per response entry to be filled by the advertiser as indicating a unit cost payable for the response selected, and having a media

entry for designating a desired network medium on which the advertisement is intended to be placed on;

receiving a reply to the invitation page from the advertiser and making therefrom an ad schedule with specific conditions for the advertisement;

providing an offer page which discloses said ad schedule over the network to a potential affiliate administering a network medium so that the affiliate can determine to place the advertisement on an ad space of said network medium in agreement on the specific conditions in said ad schedule, said offer page including an agreement entry which instructs the affiliate to enter an acceptance for selling the ad space to the advertiser;

establishing an advertisement contract between the advertiser and the affiliate immediately upon receipt of said acceptance and delivering a confirmation of the contract to the advertiser and the affiliate;

allocating the advertiser's web site to said ad space in the network medium placing the advertisement in order to count the number of said responses made through said ad space to the advertiser's web site during a predetermined period of time; and

delivering data of the counted responses over the network for access by the advertiser as well as by the affiliate so that the advertiser can evaluate the effect of the advertisement and that the affiliate can charge the advertiser for the advertisement based upon said data.

14. The method as set forth in claim 13, wherein said defined responses made by the users include:

- clicking through to said advertiser's web site
- downloading a file or software from the advertiser's web site;
- applying for a prize offered by the advertiser on the advertiser's web site;
- answering to a questionnaire from the advertiser on the advertiser's web site;
- requesting a catalogue from the advertiser through the advertiser's web site;

requesting a subscription to a newsletter from the advertiser's web site;
signing up a membership of a club managed by the advertisers through the
advertiser's web site; and
ordering a product or service through the advertiser's web site.

15. The method as set forth in claim 13, wherein
said clicking through to said advertiser's web site is excluded from said
responses to be paid for.

16. The system as set forth in claim 13, wherein
said cost per response entry is programmed to receive different costs for differing
responses selected by the advertiser.

17. The method as set forth in claim 13, wherein
said statistical report including a table showing a ratio of the number of the
responses counted to the number of visits to the advertiser's web site.

18. The method as set forth in claim 13, wherein
said condition form has, in addition to said selection box and said cost per
response entry, information entries to be entered by the advertiser for items
which include:

- campaign objective;
- maximum counts of responses per a predetermined period of time;
- category of target group;
- desired media;
- requested advertising time period
- advertising content
- URL of the advertiser's web site.

19. The method as set forth in claim 13, wherein

said advertiser's web site includes an entrance page which is linked from said ad space, an action page which is linked from said entrance page and where the user may proceed to make at least one specific action of said defined responses, and an action process module which responds to said specific action for processing the same;

said response measurement module of the agent's server being provided with an index CGI, an action CGI, and a result CGI;

said arrangement module preparing an index URL, an action URL, and a result URL upon establishment of said advertisement contract;

said index URL identifying a URL of said index CGI and including an ad code assigned to the advertisement, said index URL being embedded in said ad space,

said action URL identifying a URL of said action CGI and being embedded in said entrance page,

said result URL identifying a URL of said result CGI and being embedded in said action page;

said index CGI being linked to ad space through said index URL and to an index log file which stores index data with regard to the user requesting access to said entrance page, said index data including:

- 1) date and time of the user requesting for access to said entrance page;
- 2) a referrer log showing data of at least said ad space from which the user makes the request for access to said entrance page of the advertiser's web site; and
- 3) said ad code;

said arrangement module locating an entrance page URL of said entrance page based upon said ad code by reference to a table storing various ad codes and code in relation to various entrance page URLs, said arrangement module passing thus located entrance page URL to said index CGI which responds to

redirect the user's request at said ad space to said entrance page immediately after storing said index data in said index log file;

said action CGI being linked said entrance page through said action URL and to an action log file which stores action access data with regard to the user requesting for access to said action page, said action access data including:

- 1) date and time of the user requesting for access to the action page; and
- 2) a referrer log showing data of at least said ad space from which the user is led to said action page;

said arrangement module locating an action page URL of said action page by collation of said data of the ad space received at said index CGI with data of the ad space received at said action CGI and by reference to said table storing the ad codes in relation to various action page URLs, said arrangement module passing thus located action page URL to said action CGI which responds to redirect the user's request at said entrance page to said action page immediately after storing said action access data in said action log file;

said result CGI being linked to said action page through said result URL and to a result log file which stores action process data with regard to the user requesting the processing at said action process module, said action process data including

- 1) date and time of the user requesting an access to the action process module; and
- 2) a referrer log showing data of at least said ad space from which the user is led to said action process module;

said arrangement module locating an action process URL of said action page by collation of said data of the ad space received at said index CGI with data of the ad space received at said result CGI and by reference to said table storing the ad codes in relation to various action process URLs, said arrangement module passing thus located action process URL to said result CGI which responds to redirect the user's request for access to said action process

module immediately after storing said action process data in said result log file.

20. The method as set forth in claim 19, wherein said administer module produces said statistical report with reference to said index log file, said action log file, and said result log file, said statistical report listing a page access number which is the number of the accesses to the entrance page of the advertiser's web site during a predetermined period of time, an action access number which is the number of accesses to said action page, and a result number which is the number of the access to said action process module.

21. The method as set forth in claim 20, wherein said statistical report includes a proceeder rate, which is the ratio of the action access number to said page access number, and "completer" rate, which is the ratio of the result number to page access number, and said proceeder rate and said completer rate being listed on a daily basis.

22. The method as set forth in claim 20, wherein said statistical report includes a proceeder rate, which is the ratio of the action access number to said page access number, and "completer" rate, which is the ratio of the result number to page access number, and said proceeder rate and said completer rate being listed per said ad code when different ad codes are assigned to different campaigns.

23. The method as set forth in claim 20, wherein said statistical report includes said page access number, said action access number, and said result number which are sorted on each ad code when more than one ad codes are assigned to different campaigns.

24. The method as set forth in claim 20, wherein said statistical report includes a referrer table listing a ranking of the referred URLs which lead to the action process module through said entrance page and said action page.

3. DETAILED DESCRIPTION OF INVENTION

Field of the Invention

The present invention is directed to a system and method of arranging delivery of advertisements over a network such as the Internet.

Background Art

There have been proposed prior systems and methods of arranging the advertisement over the Internet between advertisers and media owners. The methods offer to the advertisers to buy ad space of the media owners on a pay-per-click or a pay-per-action basis. The Internet advertisement carries a vast number of different campaigns that attract prospective Internet users in different ways or expect different user's action. So, the advertisers and the media owners are looking for the measure for effectiveness of the campaign over the Internet which is not simply relying upon the cost-per-click or cost-per-action. In view of the above potential demands of the advertisers, the inventors have sought to provide a consistent scheme which enables an agent to arrange the advertisement between the advertisers and the media owners with optimized conditions beneficial to the both parties.

Disclosure of the Invention

The present invention has been accomplished to present a unique method and system which is capable of arranging the advertisement in such a manner as to satisfy varying requirements of the advertisers for effective return from the advertisements, which is therefore a primary object of the present invention. The system in accordance with the present invention includes an agent's server provided with an invitation module, an offer module, and an arrangement module.

The invitation module is programmed to provide an invitation page on the network for inviting potential advertisers having an advertiser's own web site to place an intended advertisement on the network media. The invitation page includes a condition form for entry of specific conditions that the advertiser requests for the proposed advertisement. The condition form has a selection box listing defined responses expected to be made by a prospective user as a consequence of the advertisement so that the advertiser can select at the selection box one or more of the responses to be included in the conditions. Also, the condition form has a cost per response entry to be entered by the advertiser as indicating a unit cost payable for each response selected.

The offer module is programmed to, based on a reply from the advertisers, makes an ad schedule listing the intended advertisements with the specific conditions. The offer module provides an offer page which discloses the ad schedule over the network to a potential media owner or affiliate having a network medium so that the affiliate can determine whether or not to place the advertisement on an ad space of the network media in agreement on the specific conditions prescribed in the ad schedule. The offer page includes an agreement entry which instructs the affiliate to enter an acceptance for selling the ad space for the advertisement.

The arrangement module is programmed to make an advertisement contract between the advertiser and the affiliate upon receipt of the acceptance only from the affiliate, and allocates the advertiser's web site to the ad space of the network media placing the advertisement thereon.

The agent's server includes a response measurement module which is programmed to count the number of specific responses made at the advertiser's web site through the ad space. Further, included in the server is an administration module which is programmed to provide a statistical report over the Internet for furnishing the advertiser with an analysis of the responses being counted so that the advertiser can estimate the effectiveness of the

advertisement.

Accordingly, it is possible with this system to select an optimum response expected by the user which is effective for the advertisement and beneficial to the affiliate. In addition, any suitable combination of the responses can be selected for consistent with varying interests of the advertisers.

The specifically defined responses includes visiting the advertiser's web site; downloading a file or software from the advertiser's web site; applying for a prize offered by the advertiser on the advertiser's web site; answering to a questionnaire from the advertiser on the web site; requesting a catalogue from the advertiser through the advertiser's web site; requesting subscription to a newsletter; signing up a membership of a club managed on the advertiser's web site; and ordering a product or service on the advertiser's web site.

The system is specifically adapted for the advertiser's web site which includes an entrance page destined from the ad space for guiding the user first, an action page designated in the entrance page and requiring entry of information or reply by the user before requesting a result of the specified response, and an action process module which responds to the specific response for processing the same. In association with these pages and module, the measurement module is configured to have an index CGI, an action CGI, and a result CGI. The arrangement module prepares an index URL, an action URL, and a result URL upon establishment of the advertisement contract in order to make a definite interrelation of the pages and the module of the advertiser's web site with the agent's server for collecting data and counts of the specific responses for each of the advertisements.

The index URL, which identifies a URL of the index CGI and includes an ad code assigned to the advertisement, is embedded in the ad space for linking the ad space to the index CGI. The action URL identifies a URL of the action CGI and is embedded in the entrance page for linking the entrance page to the action CGI. The result URL identifies a URL of the result CGI and is embedded in the

action page for linking the action page to the action CGI.

The index CGI is also linked to an index log file which stores index data with regard to the user requesting access to the entrance page. The index data include:

- 1) date and time of the user requesting for access to the entrance page;
- 2) a referrer log showing data of at least the ad space from which the user makes the request for access to the entrance page of the advertiser's web site; and
- 3) the ad code.

The arrangement module also functions to locate an entrance page URL of the entrance page based upon the ad code received at the index CGI by reference to a database table storing various ad codes in relation to various entrance page URLs. The arrangement module passes the located entrance page URL to the index CGI which responds to redirect the user's request made at the ad space to the entrance page immediately after storing the index data in the index log file.

The action CGI is also linked to an action log file which stores action access data with regard to the user requesting for access to the action page. The action access data includes:

- 1) date and time of the user requesting for access to the action page; and
- 2) a referrer log showing data of at least the ad space from which the user is led to the action page.

The arrangement module functions to locate an action page URL of the action page by collation of the data of the ad space received at the index CGI with data of the ad space received at the action CGI and by reference to the table storing the various ad codes in relation to various action page URLs. The arrangement module then passes thus located action page URL to the action CGI which responds to redirect the user's request at the entrance page to the action page immediately after storing the action access data in the action log file.

The result CGI is also linked to a result log file which stores action process data with regard to the user requesting the processing at the action process

module. The action process data include:

- 1) date and time of the user requesting an access to the action process module;
and
- 2) a referrer log showing data of at least the ad space from which the user is led to the action process module.

The arrangement module locates an action process URL of the action page by collation of the data of the ad space received at the index CGI with data of the ad space received at the result CGI and by reference to the table storing the various ad codes in relation to various action process URLs. Then, the arrangement module passes thus located particular action process URL to the result CGI which responds to redirect the user's request at the action page to the action process module immediately after storing the action process data in the result log file.

Thus, it is readily possible to correlate the particular advertisement to the entrance page, the action page and the action process page of the associated advertiser's web sites for obtaining statistical data for each advertisement with regard to the number of the accesses to the entrance page, the number of the access to the action page, and the number of requesting for the action process.

The present invention also provides a unique method comprising the following steps of:

providing an invitation page over the network for inviting potential advertisers each having an advertiser's web site to place an advertisement on the network with a condition form to specify conditions for the advertisement, the condition form having a list of defined responses expected to be made by a prospective network user in reply to the advertisement so that the advertiser can select at least one of the responses to be included in the conditions, the condition form having a cost per response entry to be filled by the advertiser as indicating a unit cost payable for the response selected, and having a media entry for designating a desired network media on which the advertisement is intended to

be placed on;

receiving a reply to the invitation page from the advertiser and making therefrom an ad schedule with specific conditions for the advertisement;

providing an offer page which discloses the ad schedule on the network to a potential affiliate administering a network medium so that the affiliate can determine to place the advertisement on an ad space of the network media in agreement on the specific conditions mentioned in the ad schedule, the offer page including an agreement entry which instructs the affiliate to enter an acceptance for selling the ad space to the advertiser;

establishing an advertisement contract between the advertiser and the affiliate immediately upon receipt of the acceptance and delivering a confirmation of the contract to the advertiser and the affiliate;

allocating the advertiser's web site to the ad space in the network media placing the advertisement in order to count the number of the responses made through the ad space to the advertiser's web site during a predetermined period of time; and

delivering data of the responses counted over the network for access by the advertiser as well as by the affiliate so that the advertiser can evaluate the effect of the advertisement and that the affiliate can charge the advertiser for the advertisement based upon the data.

Thus, the matching of the advertiser with the affiliate can be easy to accomplished on the network, and the advertisement contract can be made simply at the discretion of the affiliate for prompting the advertisement.

These and still other objects and advantageous features of the present invention will become more apparent from the following description of the preferred embodiment when taken in conjunction with the attached drawings.

Modes for carrying out the Invention

FIGS. 1 and 2 illustrate a system of arranging the delivery of advertisements

over a network in accordance with a preferred embodiment of the present invention. The system is managed by an agent having an agent's server 10 for arranging the delivery of the advertisements intended by advertisers over the network such as the Internet to media owners, i.e., potential affiliates having their own network medium such as a mailing magazine, an opt-in mailing service, a web-site or any other network media affording ad spaces 201, i.e., spaces for sale for advertisement such as an add expression and an ad banner. The advertiser is defined to have its own web site where the network users can access for obtaining information about services and products of the advertiser. The server 10 communicates over the network with the advertisers as well as with the affiliates so that the affiliate can determine whether or not to place the intended advertisement on its network media.

The advertisers and the affiliates are limited to those who have already registered with the system and are given therefrom individual IDs and passwords for access to the system. At the registration, the advertisers and the affiliates are requested to provide their corporate details to a registration page 11 on a web site provided by the server 10. Based upon the details thus provided, the agent's server 10 prepares groups of the registered advertisers and affiliates with whom the server 10 communicates over the network.

In order to make a matching of the advertisers' proposals with the affiliates' interest, the agent's server 10 collects requests for different advertisements and offers the advertisers' requests to the affiliates. For this purpose, the agent's server 10 includes an invitation module 12 which provides on its web site an invitation page 20 for access by the advertisers and an offer page 40 for access by the affiliates. The invitation page 20 collects conditions for placement of an intended advertisement with respect to a particular campaign by the advertiser and other information requested by the advertiser for the campaign.

The conditions include a selection of one or more from defined responses expected by the network users as a consequence of the advertisement and a

cost per response payable to the affiliate. The defined responses are

- 1) visiting or clicking through the advertiser's web site
- 2) downloading a file or software from the advertiser's web site;
- 3) applying for a prize offered by the advertiser on the advertiser's web site;
- 4) answering a questionnaire from the advertiser;
- 5) requesting a catalog from the advertiser through the advertiser's web site;
- 6) requesting subscription to a newsletter from the advertiser's web site;
- 7) signing up for a membership of a club managed on the advertiser's web site;
- 8) ordering a product or service at the advertiser's web site; and
- 9) any other positive action that requires a reaction from the advertiser.

The information includes, for example,

- i) campaign objective;
- ii) maximum counts of response per a predetermined period of time;
- iii) category of target network users;
- iv) desired media;
- v) requested advertising period
- vi) advertising content
- vii) URL of the advertiser's web site.

The above conditions and information are entered by the advertisers on the invitation page 20, one exemplary format of which is shown in FIG. 3. The page includes a name entry 21 for the name of the advertiser, a campaign entry 22 for a campaign objective, a campaign period entry 23 for starting and ending date of the campaign, a selection box 24 for selection of defined responses, an entry 27 for the number of maximum responses per month to be paid for, an entry 28 for category of target group, a designation box 29 for designation of desired affiliate, a layout entry 31 for text and image of the advertisement, and a URL entry 32 for URL of the advertiser's web site to be linked to the advertisement. The selection box 24 lists the defined responses each associated with checkbox 25 and a cost per response entry 26 so that the advertiser can select one or more of

the responses by simply marking the corresponding checkbox and inputting a bid at the cost per response. At the designation box 29, the advertiser is prompted to select the individual medium or all of the listed media by simply checking the corresponding checkboxes 30.

Upon completion of the invitation page 20 by the advertiser, the agent's server 10 responds to create a campaign code of six upper-case letters. First three letters of the campaign code are chosen to identify the advertiser's name, and the last three letters are chosen to identify a particular product or service of the advertisers. For instance, campaign code of "ABCXYZ" indicates the advertisement by the advertiser having a corporate code of "ABC" for the particular product or service assigned to a brand code "XYZ". Thus, different campaigns by the same advertiser can be well discriminated from each other in the system. The corporate code of the advertiser is assigned to the advertiser at the time of subscription to the system, while the brand code is assigned each time of completing the invitation page 20.

The conditions and information provided by the advertisers are received at an offer module 13 in the server 10 to make up the offer pages 40 listing the intended advertisements for the advertiser. The offer pages 40 are prepared for the different affiliates designated. The individual offer pages 40 are placed on the agent's web site so that the designated affiliates can access only to the corresponding offer pages 40 prepared for that affiliates. One example of the offer page 40 is shown in FIG. 4 which includes a list 41 of the intended advertisements designating the affiliate allowed to access this page. The list includes the advertiser's name, campaign objects, cost per response, and an expected sales which is obtained from analysis of previous statistical data accumulated in the agent's server 10. When no relevant statistical data is available, the expected sales is left blank. The offer page 40 includes an entry 42 for further review of the details of the intended advertisement and a detailed information page 50. By putting a corresponding listing number into the entry 42,

a display is jumped to the detailed information page 50 which, as shown in FIG. 5, reproduces the invitation page 30 and includes an agreement section 51 with entries 52, 53, and 54 for prompting entries of date (yyyy/mm/dd), type of the ad space 201 prepared for the advertisement, and an affiliate code assigned to the affiliate at the time of subscription to the system. The type of the ad space is designated by an ad space code of 3 upper-case letters chosen from a table included in a manual delivered to the affiliate at the time of subscription to the system. The table shown below is one example for the ad space code.

| Ad space code | Designation |
|---------------|---|
| HTA | Header text Advertisement (Mail magazine) |
| TWT | Top page of Web site in Text format |
| CWB | at Category of Web site in Banner format |

The offer page 40 and the information page 50 provide sufficient information so that the affiliate can decide, in consideration of the information together with the user's demographics of the affiliate's medium, which ad space 201 to place the advertisement. When the affiliate accepts the conditions proposed by the advertiser through the offer page 40, the affiliate is only required to complete the agreement section 51. The reply from the offer page 40 is then sent back to arrangement module 14 of the agent's server 10, which responds to establish an advertisement contract between the affiliate and the advertiser, and delivers a confirmation notice of the contract to the advertiser and the affiliate by way of e-mail. The confirmation notice includes an actual period between starting and ending the placement of the advertisement on the ad space 201 and a media indicator. The media indicator indicates the type of network media, such as the mailing magazine, the opt-in mailing service, the web-site and the like affording the ad spaces. For example, the mailing magazine is designated by a letter of 'M', the opt-in mailing service is by a letter of 'O', and the web-site is by a letter of 'W'. These letters are assigned to the corresponding media and acknowledged

by the agent's server when the affiliates makes registration to the system.

The arrangement module **14** creates an ad placement identification code (APID), upon completion of the agreement section **51** by the affiliate, for identification of the particular advertisement campaign and the affiliate placing the advertisement. The APID includes a media code plus a period code and the campaign code. The media code is composed of the single letter indicative of the type of the media, plus the affiliate code and the ad space code, while the period code is defined by 8-digits numerals for indication of starting and ending the advertisement. That is, the APID of "MXXXHTA11101120ABCXYZ" indicates that

the media type is the mail magazine by the first letter of 'M';

the media name is represented by the media code of "XXX" of the subsequent 3 letters;

the ad space type is represented by the ad space code "HTA" of the subsequent 3 letters;

the starting date of advertisement is November 10 by the subsequent 4 digits "1110";

the ending date of advertisement is November 20 by the subsequent 4 digits "1120";

the advertiser's name is represented by the corporate code of "ABC" of the subsequent 3 letters; and

the brand or service is represented by the brand code of "XYZ" of the last 3 letters.

Likewise, APID of "WYYYTWT11101120ABCXYZ" indicates the same advertisement campaign for the same period but at the different ad space of the different affiliate, i.e., at the ad space represented by "TWT" sold by the affiliate whose name is represented by the affiliate code "YYY".

The APID thus created is stored in a database table **15** in the server **10** for administration of the advertisement campaign by the agent. In an exact sense,

the advertisement contract is deemed to be established at this time of storing the APID in the database.

Then, the arrangement module **14** allocates the ad space **201** to defined pages of the advertiser's web site through the agent's server **10**. The defined pages are an entrance page **101** which is initially visited by the user from the ad space **201** and an action page **102** which induces the user's response selected by the advertiser to be paid for.

The following description illustrates a case where the advertisers exclude the user's response of mere visiting the entrance page from the response to be paid for. That is, the defined responses to be paid for are limited to:

- 1) downloading a file or software from the advertiser's web site;
- 2) applying for a prize offered by the advertiser on the advertiser's web site;
- 3) answering a questionnaire from the advertiser;
- 4) requesting a catalog from the advertiser through the advertiser's web site;
- 5) requesting subscription to a newsletter from the advertiser's web site;
- 6) signing up for a membership of a club managed on the advertiser's web site;
- 7) ordering a product or service at the advertiser's web site; and
- 8) any other positive action that requires a reaction from the advertiser.

In this sense, the action page **102** includes an action prompt proposing the defined responses selected from the above. Accordingly, in the following description, the term "action" refers to the response selected by the advertiser to be paid for in order to exclude a simple user's response of visiting the entrance page from the user's positive actions which necessitates the advertiser to answer the action and for which the cost is paid. The advertiser's web site further includes an action process CGI (common gateway interface) **110** which is a module programmed to answer the particular action made at the action page **102**. The action process CGI **110** is operatively coupled to an error page **111** checking an error in answering the action, a confirm page **112** verifying the action for processing the action, an input data **113** storing the user's information carried by

the action, and a thanks page 114 for sending back acknowledgements to the user.

The arrangement module 14 generates an index URL which guides the user clicking on the ad space 201 to the entrance page 101 of the advertiser's web site through the agent's server 10 for monitoring the user's access induced by the advertisement. The index URL includes a statement identifying the advertiser's name, the agent, and the APID. The index URL is embedded in the ad space 201 so that an index CGI 61 of the agent's server 10 catches the information of the user clicking on the ad space 201, in addition to the advertiser's name and the APID. One example of the index URL is as follows:

`http://www.actionclie.net/cgi-bin/clientname/index.cgi? MXXXHTA11101120ABCXYZ`

where

"www.actionclie.net/cgi-bin" designates the agent's server;

"clientname" designates the advertiser's name;

"index.cgi" designates the index CGI;

? is a parameter indicator; and

"MXXXHTA11101120ABCXYZ" is a parameter designating the APID.

Based upon the advertiser's name and the APID received at index CGI 61, the arrangement module 14 identifies an entrance page URL of the entrance page 101 with reference to the database table 15. Thus, index CGI 61 is enabled to redirect the user's response to the entrance page 101 of the advertiser's web site immediately after receiving the information. Some of the information received at index CGI 61 is stored in an index log file 62 for analysis of the user's behavior as will be discussed hereinafter. Such information includes:

- date and time of the user requesting for access to the entrance page;
- a referrer log showing all referring pages from which the user is led to entrance page;
- APID; and optionally

- user's IP address.

Also upon establishment of the advertisement contract, the arrangement module 14 prepares an action URL and a result URL for linking the entrance page 101 and the action page 102 respectively to an action CGI 63 and result CGI 64 of the agent's server 10. Action URL is embedded in a guide object appearing in the entrance page 101 for inviting the user to the action page 102 and directing the user's response through action CGI 63 to the action page 102. One example of action URL is as follows:

<http://www.actioncllc.net/cgi-bin/clientname/action.cgi>

where

"www.actioncllc.net/cgi-bin" designates the agent's server;

"clientname" designates the advertiser's name; and

"action.cgi" designates the action CGI.

Action CGI 63 catches the information resulting from the user's clicking or the like response to the guide object of the entrance page 101 and stores the information in an action log file 64. The information includes:

- date and time of the user requesting for access to the action page;
- a referrer log showing all referring pages from which the user is led to the action page; and optionally
- user's IP address.

The data of referring pages are then collated with those obtained at index CGI 61 to identify the origin of the response, i.e., APID since the referring pages carry the index URL of the ad space 201 which is the key for identification of the origin of the response. From this identification, action CGI 63 retrieves an action page URL of the action page 102 and redirects the user's response to the action page 102. Data of the information received at action CGI 63 are stored in an action log file 64 with the APID identified.

The result URL is embedded in an action object which is inserted in the action page 102 for access by the user to require one of the defined responses or

actions that the advertiser selected to pay for. Further, with action process URL, the user's action made to the action object is directed to the action process CGI **110** through a result CGI **65** of the agent's server **10** for collecting data of the user's action made to the defined response. One example of result URL is as follows:

<http://www.actioncllc.net/cgi-bin/clientname/result.cgi>

where

"www.actioncllc.net/cgi-bin" designates the agent's server;

"clientname" designates the advertiser's name; and

"result.cgi" designates the result CGI.

Result CGI **65** catches the information resulting from the user's clicking or the like response to the action object of the action page **102** and stores the information in an result log file **66**. The information includes:

- date and time of the user making the defined action on the action page;
- a referrer log showing all referring pages from which the user is led to action process CGI; and optionally
- user's IP address.

The data of referring pages are then collated with those obtained at index CGI **61** to identify the origin of the response, i.e., APID as discussed in the above. From this identification, result CGI **65** retrieves an action process URL of the action process CGI **110** and redirects the user's response thereto. Data of the information received at result CGI **65** are stored in a result log file **66** with the APID identified. The action process CGI **110** responds to give the required answer directly to the user and not through the agent's server.

Since the advertiser's web site may have other pages **103** not linked to the agent's server **10**, it is possible that the user jumps to the entrance page **101** or action page **102** from the other pages and not from the ad space **201**. In this condition, index CGI cannot fetch APID and therefore no APID code is stored in either of the log files **62**, **64**, and **66**. Thus, the absence of APID can makes it

possible to discriminate such actions from those originated from the ad space 201 which is to be paid for.

The index CGI 61, action CGI 63, result CGI 65 and the associated log files are cooperative to form a response measurement module 60 for providing data of the user's responses or actions induced by the advertisement on the ad space 201. The database table 15 stores the individual APID, the advertiser's name, the advertisers code, the URLs of the entrance page 101, action page 102, action process CGI 120 of the advertiser's web site, the affiliate's code, the affiliate's name, passwords and IDs for the advertisers and the affiliates, cost per response determined by the advertiser, and the other fields for providing corresponding data or relation between these fields in answer to inquiries from the arrangement module 14 or the other modules of the agent's server.

It is noted in this connection that the response measurement module may include one or more additional result CGIs may be included together with complementary result log files and result URLs when the advertisers selects more than one defined responses to be paid for. The additional result CGI is linked to the action page 102 by way of corresponding result URL so as to count the additional user's response or action made at the action page 102 for storing the additional action process data to the corresponding result log file.

Further included in the server 10 is an administration module 70 having an administer CGI 71 and provides an administer page 72 on the agent's web site. The administer CGI 71 is coupled to the index log file 62, action log file 64, and result log file 66 to collect the data therefrom and prepare statistical data with regard to the responses or actions counted at the response measurement module 60. The statistical data are disclosed in the administer page 72 in various report forms selectively to the advertisers and the affiliates allowed to access. The statistical data include:

- 1) a page access number which is the number of the accesses to the entrance page of the advertiser's web site during a predetermined period of time;

- 2) an action access number which is the number of accesses to the action page during the above period of time,
- 3) a result number which is the number of the actions made in response to the action object for necessitating the processing at the action process CGI during the above period of time;
- 4) a proceeder rate which is the ratio of the action access number to the page access number;
- 5) a completer rate which is the ratio of the result number to page access number, and
- 6) a cost table showing a cost payable for the affiliate or for the agent with regard to the actions counted during a predetermined period of time.

The cost is calculated from the counted action and the cost per response determined by the advertiser and stored in the database table 15 as related to the selected action.

The report forms are classified into a first report format directed to the advertisers and a second report format directed to the affiliates. The first report format includes:

- a) a listing of counted responses on a dairy basis;
- b) a listing of APID (ad spaces) in order of counted responses; and
- c) a listing of any one of the referring pages in order of counted responses for all or any combination of the above statistical data.

The second report format includes:

- a) a listing of the advertisers in order of counted responses for all or any combination of the above listed statistical data; and
- b) a listing of APID (ad spaces) in order of counted responses for all or any combination of the above statistical data.

Selection of the formats is made at the administer page. Also, the administer page 72 includes a button which enables the advertiser and the affiliate to download data of the log files 62, 64, and 66 limited to those concerned.

Based upon the statistical report prepared for the individual advertisers and the affiliates, the advertiser can evaluate the effectiveness of the advertisement and the affiliate can charge the advertiser.

FIG. 6 shows one example of the report form **80** displayed on the administer page **72** for limited access by the advertiser. The report form includes a period entry **81** for selecting the whole available period or a certain period of the accumulated data in the agent's server **10**. Download section **82** is provided to download data of any one of selected log files **62**, **64**, and **66**. Clicking a download button **83** starts up downloading of the log file data to the advertiser. Further, a view-report section **84** is provided to display the statistical data sorted on the selected items, i.e., APID and referring pages. Clicking on a view button **85** causes a display jump to a statistical report page **86** as shown in FIG. 7. The report page **86** includes a table **87** showing the statistical data on a daily basis with a row of the total of page access number, action access number, result number, proceeder rate, and completer rate. The report page **86** also includes a download button **88** which enables the advertiser to download the displayed data.

FIG. 8 shows one example of the report form **90** displayed on the administer page **72** for limited access by the affiliate. The report form **90** includes a period entry **91** for selecting whole available period or a certain period of the accumulated data in the agent's server **10**. Download section **92** is provided to download data of any one of selected log files **62**, **64**, and **66**. Clicking on a download button **93** starts up downloading of the log file data to the affiliate. Further, a view-report section **94** is provided to display the statistical data sorted on the selected items, i.e., the advertiser's name and APID. Clicking on a view button **95** causes a display to jump to a statistical report page **96** as shown in FIG. 9. The report page **96** includes a table **97** showing the statistical data including page access number, action access number, result number, proceeder rate, and completer rate with regard to the different advertisers. The report page **96** also includes a download button **98** which enables the advertiser to download the

displayed data.

It is noted in this connection that the above statistical data may be presented to the advertiser in another report form which lists a ranking of the affiliates in order of counted responses.

4. BRIEF DESCRIPTION OF DRAWINGS

FIG. 1 is a block diagram illustrating a system of arranging the delivery of advertisements over a network in accordance with a preferred embodiment of the present invention;

FIG. 2 is another block diagram illustrating the above system;

FIG. 3 is a view of an invitation page utilized in the above system;

FIG. 4 is a view of an offer page utilized in the above system;

FIG. 5 is a view of a part of the offer page;

FIG. 6 is a view of an administer page for an advertiser utilized in the above system;

FIG. 7 is a view of a statistical report issued to the advertiser;

FIG. 8 is a view of an administer page for an affiliate utilized in the above system;
and

FIG. 9 is a view of a statistical report issued to the affiliate;

- LIST OF REFERENCE NUMERALS

| | | | |
|----|-----------------------------|-----|-------------------------|
| 10 | agent's server | 66 | result log file |
| 11 | invitation module | 70 | administration module |
| 12 | offer module | 71 | administer CGI |
| 14 | arrangement module | 72 | administer page |
| 15 | database table | | |
| 20 | invitation page | 80 | report form |
| 21 | name entry | 81 | period entry |
| 22 | campaign entry | 82 | download section |
| 23 | campaign period entry | 83 | download button |
| 24 | selection box | 84 | view-report section |
| 25 | checkbox | 85 | view button |
| 26 | cost per response entry | 86 | report page |
| 27 | entry | 87 | table |
| 28 | entry | 88 | download button |
| 29 | designation box | | |
| 30 | checkbox | 90 | report form |
| 31 | layout entry | 91 | period entry |
| 32 | URL entry | 92 | download section |
| | | 93 | download button |
| 40 | offer page | 94 | view-report section |
| 41 | list of advertisements | 95 | view button |
| 42 | entry | 96 | statistical report page |
| | | 97 | table |
| 50 | information page | 98 | download button |
| 51 | agreement section | | |
| 52 | date entry | 101 | entrance page |
| 53 | ad space type entry | 102 | action page |
| 54 | affiliate code entry | | |
| | | 110 | action process CGI |
| 60 | response measurement module | 111 | error page |
| 61 | index CGI | 112 | confirm page |
| 62 | index log file | 113 | input data |
| 63 | action CGI | 114 | thanks page |
| 64 | action log file | | |
| 65 | result CGI | 201 | ad space |

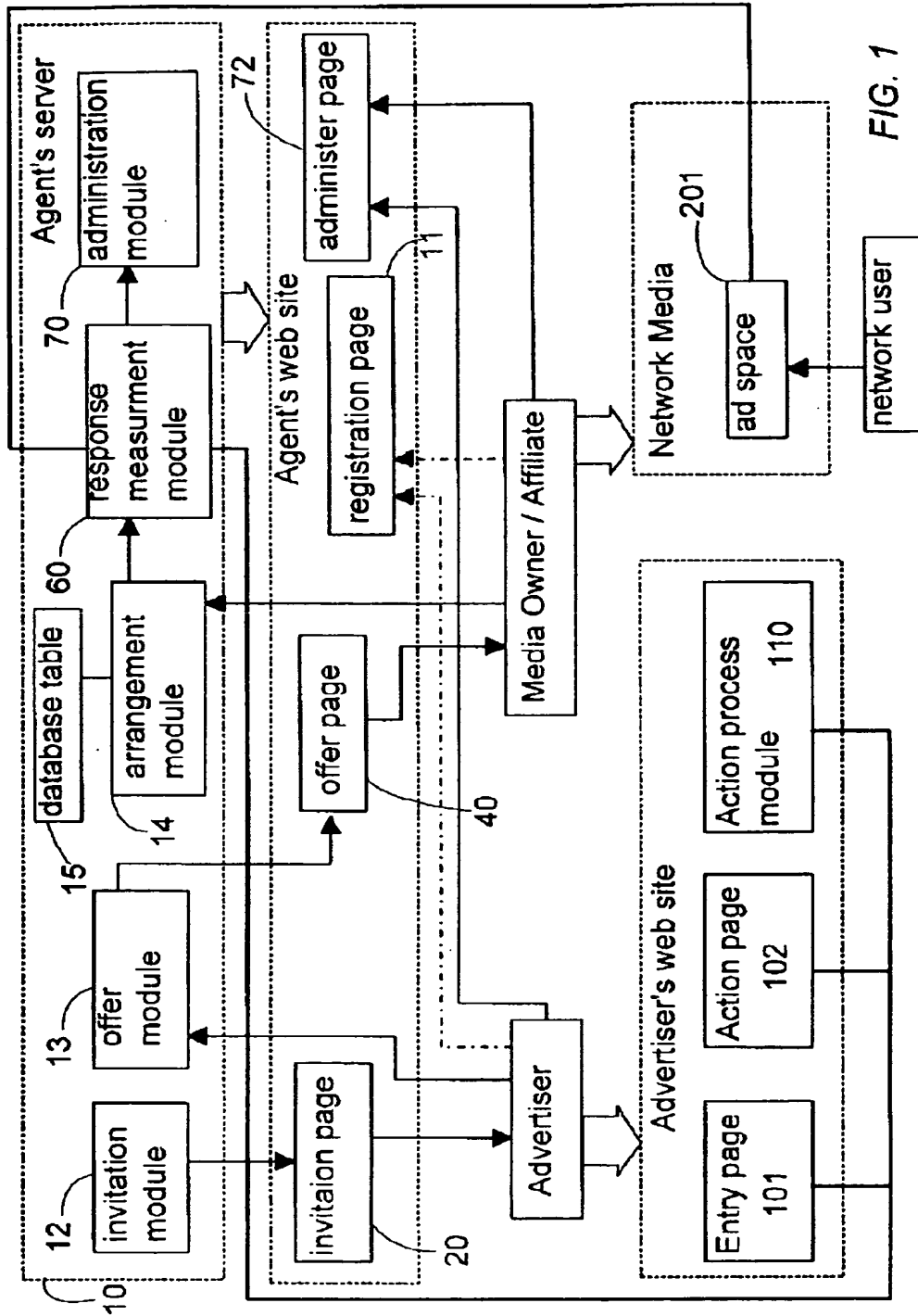


FIG. 1

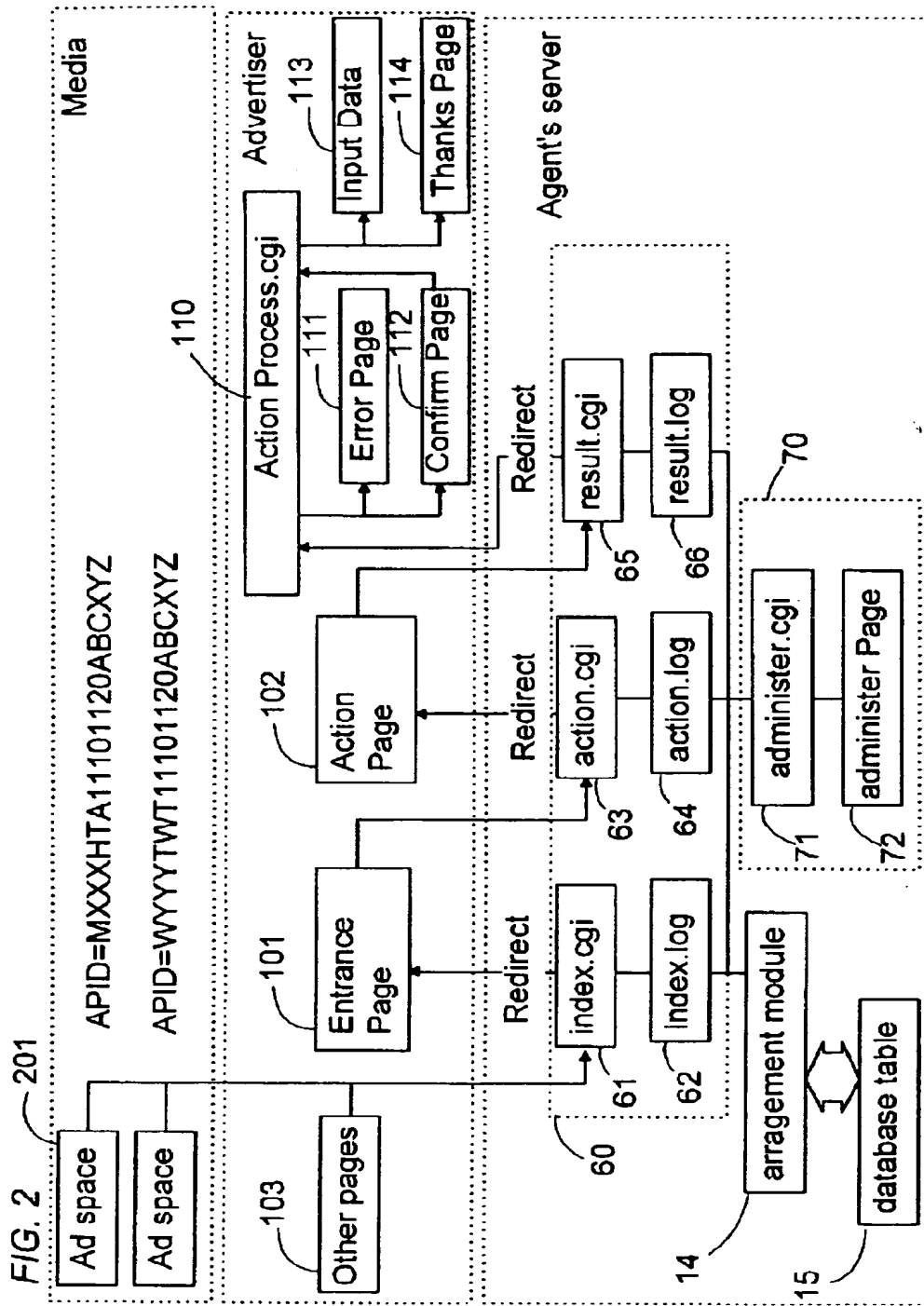


FIG. 3

20 **Advertiser's Request (Invitation page)**

Name of Advertiser 21

Campaing Objective 22

Campaing Period from to 23

| 24 Selection of responses | Cost per response |
|---|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> Visiting Web site | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Downloading software | <input type="text"/> 26 |
| <input type="checkbox"/> Applying for prize | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Answering questionanaire | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Requesting catalog | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Requesting subcription to newsletter | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Signing up for membership | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Ordering a product or service | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> <input type="text"/> | <input type="text"/> |

25

29 Maximum respnses per month 27

Catogory of targent group 28

30 Designation of affiliates ☐ ALL

| | | |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> XXX | <input type="checkbox"/> YYY | <input type="checkbox"/> ZZZ |
| <input type="checkbox"/> QQQ | <input type="checkbox"/> SSS | <input type="checkbox"/> TTT |

31 Copy and Layout of advertisement

32

URL of web site to be linked

FIG. 4

40

To: XXX

List of intended Advertisements <Offer Page>

41

| | Advertiser's name | Campaign Objectives | Cost per response (Yen) | Expected Sales (Yen) |
|---|-------------------|-------------------------------|-------------------------|----------------------|
| 1 | ABC | distribution of new catalogue | 100 | 500,000 |
| 2 | ABC | new membership promotion | 120 | 600,000 |
| 3 | DEF | trend survey | 150 | 800,000 |
| 4 | HIJ | new product sales promotion | 200 | 1,200,000 |
| 5 | HIJ | new membership promotion | 100 | 700,000 |
| 6 | LMN | new membership promotion | 1000 | 2,500,000 |
| 7 | LMN | new product sales promotion | 1500 | 3,300,000 |

Enter number for details

42

FIG. 5

50

Detailed Information

20

Advertiser's Request (Invitation page)

Name of Advertiser

Campaign Objective

Campaign Period from to

| Selection of responses | Cost per response |
|--|----------------------|
| <input type="checkbox"/> Visiting Web site | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Downloading software | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Applying for prize | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Answering questionnaire | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Requesting catalog | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Requesting subscription to newsletter | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Signing up for membership | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Ordering a product or service | <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Maximum responses per month

Category of target group

Designation of affiliates ☐ ALL

☐ XXX ☐ YYY ☐ ZZZ

☐ QQQ ☐ SSS ☐ TTT

Copy and Layout of advertisement

URL of web site to be linked

51

Agreement for sales

Date: 52

Ad space type 53

Affiliate code 54

FIG. 6

80

Administer Page

To(Advertiser): ABC
Campaign Objective: distribution of new catalogue
Campaign Code: ABCXYZ

81

Period:

☐ Whole
☐ Specify from: to:

82

Download of log files:

☐ entrance page <page access number>
☐ action page <action access number>
☐ action proces <result number>

83

84

View Statistic:

☐ sort on APID
☐ sort on referring page

85

FIG. 7

Statistical Report <FORM 1A>

To(Advertiser): ABC

Campaign Objective: distribution of new catalogue

Campaign Code: ABCXYZ

Period: from 1999.11.10 to 1999.12.15

[Download](#)

| Date | Page Access number | Action Access number | | Result number | |
|-------|-----------------------|-------------------------|--------|------------------|--------|
| Total | 18692 | 11684 | 61.61% | 4719 | 24.88% |
| 11/10 | 1000 | 700 | 70.00% | 300 | 30.00% |
| 11/11 | 1200 | 800 | 66.66% | 450 | 37.50% |
| 11/12 | 1100 | 700 | 63.63% | 400 | 36.36% |
| 11/13 | 2000 | 1000 | 50.00% | 800 | 40.00% |
| 11/14 | 1500 | 850 | 56.67% | 630 | 42.00% |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Next ➞ Top

FIG. 8

The image shows a web interface titled "Administer Page". It is divided into three main sections. The first section contains the text "To(Affiliate):XXX". The second section, labeled "Period:", contains two options: "Whole" and "Specify from: [text box] to: [text box]". The third section, labeled "Download of log files:", contains three options: "entrance page <page access number>", "action page <action access number>", and "action proces <result number>". Below these options is a "Download" button. The fourth section, labeled "View Statistic:", contains two options: "sort on Advertisers" and "sort on APID". Below these options is a "View" button. Numbered callouts point to various elements: 90 points to the title, 91 points to the "Period:" label, 92 points to the "Download of log files:" label, 93 points to the "Download" button, 94 points to the "View Statistic:" label, and 95 points to the "View" button.

Administer Page

To(Affiliate):XXX

Period:

☐ Whole

☐ Specify from: [] to: []

Download of log files:

☐ entrance page <page access number>

☐ action page <action access number>

☐ action proces <result number>

Download

View Statistic:

☐ sort on Advertisers

☐ sort on APID

View

FIG. 9

Statistical Report <FORM 1B>

To(Affiliate): XXX

Period: from 1999.11.10 to 1999.12.15

[Download](#)

| Advertisers | Page Access number | Action Access number | Result number |
|-------------|--------------------|----------------------|---------------|
| ABC | 14900 | 11100 74.49% | 9400 63.08% |
| DEF | 3000 | 2200 73.33% | 1900 63.33% |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Next ⇨ Top

1. ABSTRACT

A method and system of arranging advertisements on a network such as the Internet enables a potential media owner or affiliate to sell its ad space on a network media to an advertiser at a discretion of the affiliate simply by accepting advertiser's conditions for the advertisement. Offering the advertiser's conditions and the affiliate's acceptance are made on the network through an agent's server. The server provides an invitation page for entry of the advertiser's conditions. The invitation page includes a selection box listing defined responses expected to be made by internet users so that the advertiser can select one or more of the responses to be included in the conditions. In addition, the invitation page includes a cost per response entry to be entered by the advertiser for each response selected. The conditions are disclosed to the affiliate on the network. When the affiliate accept the conditions on the network, the agent's server responds to make an advertisement contract, and allocates an advertiser's web site to the ad space of the network media. The number of the responses made to the advertisement is counted at the agent's server which delivers statistical data of the counted responses on the network to the advertiser and the affiliate for determination of the payment and for evaluation of the effectiveness of the advertisement.

2. REPRESENTATIVE DRAWING

FIGURE 1